

Hedtke, Reinhold

Book Part — Published Version

Mein Wohl als Gemeinwohl: Lobbyismus in der ökonomischen Bildung

Suggested Citation: Hedtke, Reinhold (2015) : Mein Wohl als Gemeinwohl: Lobbyismus in der ökonomischen Bildung, In: Spieker, Michael (Ed.): Ökonomische Bildung: Zwischen Pluralismus und Lobbyismus, ISBN 978-3-7344-0093-3, Wochenschau Verlag, Schwalbach/Ts., pp. 127-172, <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0070-pub-27223175>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/320717>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>



UNIVERSITÄT
BIELEFELD

Fakultät für Soziologie

AB 9 Didaktik der Sozialwissenschaften

Reprint No. 15 | 2025

Mein Wohl als Gemeinwohl

Lobbyismus in der ökonomischen Bildung

Reinhold Hedtke

Nur radikale
politische, personelle
und finanzielle
Transparenz kann
den Lobbyismus in
der ökonomischen
Bildung wenigstens
ein wenig bremsen.

2025 (2015)

Didaktik der Sozialwissenschaften**Social Science Education**

Reprints

ISSN 2364-771X

Herausgeber | Editors:

Prof. Dr. Udo Hagedorn

Prof. Dr. Bettina Zurstrassen

Die Reprints in der Reihe Working Papers Didaktik der Sozialwissenschaften machen bereits andernorts veröffentlichte Forschungsergebnisse leicht zugänglich.

Reprints as a part of the series Social Science Education Working Papers make already elsewhere published research easily accessible.

Fakultät für Soziologie | Faculty of Sociology

Postfach | Postbox 100 131

33501 Bielefeld

Germany

Homepage

<https://www.uni-bielefeld.de/fakultaeten/soziologie/fakultaet/arbeitsbereiche/ab9/index.xml>

e-Mail

[udo.hagedorn\[at\]uni-bielefeld.de](mailto:udo.hagedorn[at]uni-bielefeld.de)

[bettina.zustrassen\[at\]uni-bielefeld.de](mailto:bettina.zustrassen[at]uni-bielefeld.de)

Sekretariat | office: Tel. +49 (0)521-106-3985



Bielefeld 2025

© Copyright by the author(s)

Mein Wohl als Gemeinwohl

Lobbyismus in der ökonomischen Bildung

Reinhold Hedtke

Inhalt

	Einleitung	4
1	Die Erfindung eines Problems	6
2	Lektionen in Lobbyismus	8
2.1	Lobbying und Campaigning	8
2.2	Politiknetzwerk und Advocacy-Koalition	12
2.3	Pädagogischer Kapitalismus	15
3	Lobbyistische Landnahme	18
3.1	Akteure und Machtverhältnisse	18
3.2	Agenda, Aktivitäten und Interessen	25
4	Kompensatorische ökonomische Bildung	30
	Literatur	36

Einleitung

Im Feld ökonomischer Bildung feiern Lobbyisten erstaunliche Erfolge.¹ Sie haben einen Glaubenssatz in Medien und Öffentlichkeit platziert: Man brauche mehr ökonomische Bildung in den Schulen, denn ökonomisches Wissen sei besonders mangelhaft und besonders wichtig. Dieser Gemeinplatz ist ebenso populär wie falsch. Er steht für einen kolossalen kommunikationspolitischen Erfolg der Wirtschaftslobby und ihrer Unterstützerszenen. Ihr Lobbying beginnt in den 1990er Jahren². Einige Akteure und Meilensteine des Spindoc-toring und Agendasetting in Sachen Schulfach Wirtschaft markiert die Abbildung 1.

Abbildung 1: Ökonomische Bildung als Projekt der Wirtschaftslobbys

Deutsches Aktieninstitut	Memorandum zur ökonomischen Bildung	1999
Konrad-Adenauer-Stiftung	Kerncurriculum ökonomische Bildung	2001
Bundesverband deutscher Banken	Konzeption für die ökonomische Bildung	2008
Arbeitgeberverbände, Bankenverband, IHK, HK, DIHK, Gemeinschaftsausschuss der dt. gewerblichen Wirtschaft, Institut der deutschen Wirtschaft, BAG Schule/Wirtschaft, Holtzbrinck-Konzern, u. a.	„Jahr der ökonomischen Bildung“	2009 2010
Gemeinschaftsausschuss der deutschen gewerblichen Wirtschaft	Bildungsstandards: Ökonomische Bildung an allgemeinbildenden Schulen	2010

Eigene Darstellung

Der dominante Diskurs über ökonomische Bildung und ein Separatfach Wirtschaft ist im Wesentlichen ein Produkt des unternehmensnahen Lobbyismus. Deshalb widmet sich dieser Beitrag den Verflechtungen zwischen Lobby, Bildungspolitik und Öffentlichkeit.

¹ Dies ist eine leicht überarbeitete und um aktuellere Literatur ergänzte Version von „Mein Wohl als Gemeinwohl. Lobbyismus in der ökonomischen Bildung. In: Spieker, Wolfgang (Hg.): Ökonomische Bildung. Zwischen Pluralismus und Lobbyismus. Schwalbach/Ts. 2015, 127-172. Heute nicht mehr funktionierende Hyperlinks stehen in doppelten eckigen Klammern.

² Vgl. Kamella 2013: 4–5

Zunächst zeichne ich das organisierte Agenda-Setting nach, das ökonomische Bildung als politisches Problem propagierte. Im zweiten Kapitel strukturiere ich mit Hilfe sozialwissenschaftlicher Konzepte das Feld des Lobbyismus in der ökonomischen Bildung, seine Netzwerke und Koalitionen, seine Mission und Strategien. Im dritten Kapitel analysiere ich die umfassende Durchdringung von Schulen und Unterricht durch Lobbyakteure der Unternehmen, Kapitaleigentümer und ihrer Interessenverbände. Das letzte Kapitel entwickelt eine Legitimation für die kompensatorische Bevorzugung schwacher Interessen in der ökonomischen Bildung. Der Beitrag schließt mit Vorschlägen, wie man das schulbezogene Lobbying eindämmen kann. Um eins vorwegzunehmen: Die Verantwortung dafür tragen zualererst die Bildungsministerien, also die Politiker und nicht die Lobbyisten.

1 Die Erfindung eines Problems

Der von Lobbyisten verbreitete Gemeinplatz von der defizitären ökonomischen Bildung sitzt inzwischen so fest, dass er sich auch von der Realität nicht beirren lässt. Aber unvor-
eingenommen und empirisch betrachtet ist er falsch.

Das zeigen zum einen Stundentafeln und Lehrpläne. Hier kommt der Bereich Wirtschaft im Durchschnitt nicht schlechter weg als andere Bildungsfelder, etwa Politik oder Gesellschaft³. Lernfelder wie Recht, Technik, Gesundheit, Pädagogik oder Philosophie schätzten sich glücklich, hätten sie nur annähernd so viel Schul- und Lernzeit wie Wirtschaft. Der dominante Diskurs über ökonomische Bildung ignoriert also alle Alternativen, er argumentiert weitgehend kontextfrei.

Zum anderen ist wirtschaftliches Wissen keineswegs lückenhafter als irgendein anderes Wissen. Es ist auch nicht von vornherein wichtiger als rechtliches, psychologisches, technisches oder philosophisches Wissen. Schließlich glauben viele, mit mehr ökonomischer Bildung besserten sich das wirtschaftliche Handeln und damit die wirtschaftliche Position der Kinder und Jugendlichen. Gründe dafür gibt es kaum.

Der Glaube an die Wichtigkeit von „Wirtschaft in die Schule!“ und die Wirklichkeit von Wirtschaft in der Schule fallen also auseinander. Woher kommen die öffentliche Akzeptanz und der Dauerdruck auf die Bildungspolitik in Sachen ökonomische Bildung und Schulfach Wirtschaft? Wie kann es sein, dass gleichzeitig wichtige, aber völlig vernachlässigte Felder keinerlei Aufmerksamkeit finden? Hier mischen sich wohl Zuwendung zum Zeitgeist und Leistung von Lobbyisten.

Woher kommt also das Defizitdogma ökonomischer Bildung? Eine erfundene Mangelsituation als dominante Definition durchzusetzen, fällt leichter, wenn sie zum Zeitgeist passt. So kann man Trends der Ökonomisierung von Gesellschaft, Politik und Lebenswelt beobachten⁴, etwa wenn sich Staaten als Wirtschaftsstandorte umdefinieren (lassen) und sich vor allem um ihre Wettbewerbsfähigkeit sorgen, oder wenn Subjekte Menschen sich als „unternehmerisches Selbst“ verstehen, in dessen Marktgängigkeit sie laufend investieren müssen oder wenn mit Hilfe wirtschafts- und betriebswirtschaftlicher Methoden die Orientierung auf Kapitalrendite und monetäre Effizienz vorangetrieben wird.

In diesen Zusammenhang gehören auch die Rentenangst und der Vorsorgedruck, die politisch systematisch erzeugt werden, sowie die Verschiebung der Verantwortlichkeit von

³ Vgl. z.B. Gökbudak 2016, Gökbudak/Hedtke 2018, Gökbudak/Hedtke 2020: 6–12.

⁴ Vgl. etwa Schimank/Volkman 2008, Çalışkan/Callon 2009, Nassehi 2012, Bröckling 2007. Kritisch aus Sicht ökonomischer Bildung Famulla 2011: 15–18, und Famulla 2017.

kollektiven regulierenden und schützenden Institutionen auf freischwebend selbstregulierende Individuen. Das Interesse der Finanzindustrie, risikosteigernden und profitsenkenden Regulationen am Finanzmarkt durch pädagogische Programme an Schulen mit dem Label „Finanzielle Allgemeinbildung“ zuvorzukommen, liegt auf der Hand⁵. Neben politischen Umsteuerungen in der Renten- und Altersvorsorgepolitik, die aus unterschiedlichen, teils zweifelhaften Gründen auf eine stärkere Individualisierung des Vorsorgerisikos zielen, resultiert das Interesse der Branche auch aus unternehmerischen und politisch gestützten Langfriststrategien, die Geschäfte der Versicherungs- und Finanzindustrie zu fördern, indem man ihnen neue Kundinnen und Kunden zuführt.

Das Thomas-Theorem der Situationsdefinition erklärt die Differenz von realer und imaginer Lage. Die amerikanischen Soziologen William I. Thomas und Dorothy Swaine Thomas formulierten es bereits 1928 im Rahmen ihrer Analysen des Verhaltens delinquenten Jugendlicher⁶. Es lautet schlicht: „Wenn die Menschen Situationen als real definieren, so sind auch ihre Folgen real.“ Das Thomas-Theorem ist empirisch sehr gut belegt.

In unserem Fall kommt die Situationsdefinition von vereinten Vorstößen, die schon in den 1990er Jahren begannen: insbesondere Organisationen wie Bertelsmann Stiftung, Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft, Institut der deutschen Wirtschaft Köln und Institut für ökonomische Bildung Oldenburg (IÖB) und mehrere Medien wiederholen unermüdlich, wir bräuchten mehr ökonomische Bildung.⁷

Damit haben wir nur einige Hintergründe zum Thomas-Theorem in der ökonomischen Bildung Revue passieren lassen. Im Folgenden konzentriere ich mich überwiegend auf die Faktoren Lobbyismus und Öffentlichkeitsarbeit. Ihnen kann man zum einen die hohe Aufmerksamkeit und die undifferenzierte Akzeptanz für ökonomische Bildung zurechnen. Zum anderen stehen sie hinter der privilegierten Präsenz von Unternehmen, Unternehmern und Unternehmensverbänden in Schule und Unterricht.

⁵ Willis 2008, 2011, 2018.

⁶ Thomas/Thomas 2010, orig. 1928.

⁷ Geradezu exemplarisch dafür sind Aufträge der Flossbach von Storch Stiftung an das Oldenburger Institut für Ökonomische Bildung, um eine Benachteiligung der ökonomischen Bildung gegenüber einem „normalen Nebenfach“ zu konstruieren (Flossbach von Storch Stiftung 2021 und 2024; vgl. Hedtke 2025, ferner Hedtke 2022 und 2025).

2 Lektionen in Lobbyismus

Was kann man „Lobbyismus“ nennen, wie funktioniert er und wo findet man ihn in der ökonomischen Bildung? Damit beschäftigen wir uns im Folgenden. Andere wichtige Fragen wie die nach den Funktionen von Verbänden in modernen Gesellschaften oder nach der Verträglichkeit von Lobbyismus mit Demokratie und mit Bildung, sparen wir hier aus⁸.

2.1 Lobbying und Campaigning

Mit Lobbying im *engeren* Sinne kann man die gezielte Einflussnahme auf *politische* Institutionen, Organisationen und Entscheidungsträger durch selbst nicht am Entscheidungsprozess beteiligte Akteure bezeichnen; im *engsten* Sinne zielt Lobbying ausschließlich auf alle Typen von Regierungen und ihnen nachgeordnete oder von ihnen abhängige Einrichtungen⁹. Unter Lobbyismus versteht man dann eine eher nicht-öffentlich, sondern intern ansetzende und die Öffentlichkeit vorzugsweise vermeidende Strategie, bei der Verbandsvertreter auf vielfältigste Weise in das Innere öffentlicher Institutionen wie Parlamente, Ministerien, Behörden und regierungsähnlicher Einrichtungen vordringen¹⁰. Im Feld Wirtschaft betreiben aber Einzelunternehmen zunehmend auch direktes oder über Stiftungen umgeleitetes Lobbying in eigener Sache, und auch das kommerzielle Auftragslobbying durch darauf spezialisierte Dienstleister wächst¹¹.

Lobbying im engeren Sinn bearbeitet auch das Feld der ökonomischen Bildung. Das gilt für die Verteilungsfrage (Wie viel Lernzeit?), für die Organisationsfrage (Separates Schulfach?) und für die Ideologiefolge (Welche Welt- und Wirtschaftssicht?). Auf diesen Teil der Bildungspolitik richten sich vor allem lobbyistische Aktivitäten aus dem Handlungs- oder Konfliktfeld Wirtschaft und Arbeit¹². Dessen Interessengruppen monopolisierten im korporatistischen Deutschland bis in die 1980er Jahre nahezu den Zugang zur Politik und finden auch heute bevorzugte Aufmerksamkeit¹³.

Akteure wie die Interessenverbände der Privatwirtschaft und einzelne Konzerne, die Bertelsmann Stiftung, das Oldenburger Institut für ökonomische Bildung (IÖB) und einige Wissenschaftler haben es z. B. erreicht, dass Ministerien Schulfächer neu einrichten, dass sie die wirtschaftswissenschaftlichen Anteile in Fächern erhöhen (z. B. in NRW im Fach

⁸ Vgl. dazu z. B. Alemann/Eckert 2006, Straßner 2006, netzwerk recherche e. V. 2008: 48, Miller 2008: 78, Lösche 2006, Heins 2006.

⁹ So der Begriffskern bei Leif/Speth 2006b: 12–13.

¹⁰ Vgl. ausführlicher Sebaldt/Straßner 2004: 19–28.

¹¹ Sebaldt/Straßner 2004: 273–274, Speth 2010a: 223–226.

¹² Alemann 1987: 46–50, Sebaldt/Straßner 2004: 98–103.

¹³ Dryzek 2009: 1395.

Politik/Wirtschaft; 2020 gab es einen weiteren Erfolg, das Fach wurde in Wirtschaft/Politik umbenannt), dass sie Unternehmen privilegieren und ihnen zahlreiche Zugänge zu Schulen verschaffen (z. B. die Stiftung Partner für Schule in NRW) oder dass sie Institute aus Steuermitteln finanzieren, die sich der Privatwirtschaft und dem konservativ-liberalen Spektrum verbunden und verpflichtet fühlen (z. B. das IÖB).

Lobbying im *weiteren* Sinne steht für Aktivitäten und Strukturen einer gezielten politischen Beeinflussung im *politischen Raum* und in den *Medien*, die man interessengeleitet beeinflussen will. Hier üben organisierte Interessen in Form von Lobbying, falls nötig, auch Druck aus, etwa durch die Mobilisierung der öffentlichen Meinung, Kundgebungen, Demonstrationen, Boykottaktionen sowie den Entzug von finanzieller Unterstützung oder Wählerstimmen¹⁴. Auf die Öffentlichkeit zielende Lobby-Kampagnen „vertreten nicht die Interessen eines Unternehmens oder Verbandes gegenüber einem Ministerium oder einem Abgeordneten. Sie beackern die Stimmung im Land“¹⁵. Das gesellschafts- und wirtschaftspolitische Paradebeispiel ist die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft. Bildungspolitische Musterbeispiele sind die bundesweite Lehrerfortbildung Ökonomische Bildung Online von Bertelsmann Stiftung und IÖB oder die Kampagne für ein separates Schulfach Wirtschaft (s. u. und Abbildung 1). Allein für diese Lehrerfortbildung hat Bertelsmann aus diversen Quellen 2,6 Mio. Euro an Startkapital beschafft¹⁶.

Für unsere Fragestellung verstehen wir Lobbying im *weitesten* Sinne als die gezielte Beeinflussung erstens vor allem auf politische, administrative, pädagogische und journalistische Entscheider gerichtet, zweitens auch auf breitere Öffentlichkeiten sowie auf allgemeine, politische und fachliche Diskurse¹⁷.

„Die Bedeutung der Medien für die Entfaltung des Lobbyismus wächst“¹⁸. Im Vergleich mit anderen Akteurguppen verfügen Wirtschaftsorganisationen, Wirtschaftsverbände und Wirtschaftsinstitute in der Öffentlichkeit über eine große Definitions-, Deutungs- und Durchsetzungsmacht. Bei Stimulation und Stützung der herrschenden Meinung spielen wirtschaftswissenschaftliche Einrichtungen und abhängige Wirtschaftswissenschaftler wie die so genannten Chefvolkswirte der Finanzindustrie eine zentrale Rolle. Mit ihren wissenschaftlich sowie gesellschafts- und wirtschaftspolitisch einseitigen, kapitaleigentümer- und unternehmensnahen Positionen beherrschen sie Expertenrunden, Interviews und Gastbeiträge in den Medien.

¹⁴ Vgl. dazu Alemann 1987: 11–56.

¹⁵ Leif/Speth 2003b: 357.

¹⁶ Im Jahr 2002, Hedtke 2011: 20, Fn. 27.

¹⁷ Der Gefahr eines inflationären Gebrauchs des Begriffs sind wir uns bewusst, die Grenzen zu Öffentlichkeitsarbeit aller Art sind fließend (vgl. Leif/Speth 2006b: 26–27).

¹⁸ Leif 2012: 197.

In einem Zeitraum von zwölf Monaten rangierten unter den zwanzig in den Massenmedien am häufigsten zitierten Ökonomen sieben Angestellte von privaten Banken sowie auf Platz 3 der Cheflobbyist Michael Hüther, Geschäftsführer des Instituts der Deutschen Wirtschaft Köln; mehr als 40 Prozent aller zusammengetragenen Zitate stammen von Chefvolkswirten der Bank- und Versicherungsbranche; weniger als 5 Prozent aller erfassten Expertenaussagen entfallen auf Positionen außerhalb der neoklassischen und neoliberalen Orthodoxie¹⁹. Auch die Finanzkrise hat der medialen Hegemonie der alten wirtschaftspolitischen Paradigmen anscheinend nichts anhaben können, wie eine Korpus- und Diskursanalyse für Handelsblatt, Süddeutsche Zeitung und Financial Times Deutschland diagnostiziert²⁰.

Im Feld der ökonomischen Bildung muss man drittens die lobbyistische Beeinflussung von Wissenschaftlerinnen hervorheben, die auf eine Steuerung des wissenschaftlichen Diskurses zielt. Lobbyisten betreiben Landschaftspflege im Wissenschaftsbereich. Sie verwenden die Vergabe und Finanzierung von Forschungsaufträgen, Zuwendungen an Institute, Lehrstühle und Professoren oder Honorare für Vorträge oder Mitgliedschaft in Beiräten usw. zur Einflussnahme. An dieser Stelle kann ich nicht weiter darauf eingehen. Ich möchte aber hervorheben, dass man empirische Studien über die Finanzierungsstrukturen sowie die Forschung im Sponsorship-Modus in der Volks- und Betriebswirtschaftslehre und der Wirtschaftsdidaktik braucht. Aufgrund der Affinität von Wirtschaftswissenschaften und unternehmerischer Privatwirtschaft kann man hier einen besonders ausgeprägten „akademischen Kapitalismus“ (Richard Münch) vermuten; für die Pharmaforschung ist der *sponsoring bias* bestens belegt²¹.

Neben dem Lobbying ist das *Campaigning* eine zweite spezifische Form politischer Kommunikation, die seit zwei Jahrzehnten zunimmt (Kampagnenkommunikation). Es adressiert breite Öffentlichkeiten, meist um damit öffentliche Aufmerksamkeit, Verhaltensänderungen, Glaubwürdigkeitsgewinne und Politisierung zu erreichen²². Kampagnenpolitik ist professionelle politische Kommunikation, die die Mittel des politischen Marketings nutzt²³. Die wiederholten Warnungen vor Wissensdefiziten und die fortwährend vorgetragene Forderung nach einem separaten Schulfach Wirtschaft kommen aus Kampagnen im Feld ökonomischer Bildung²⁴.

¹⁹ Plickert/Bernau 4.9.2013, Berger 11.9.2013; für eine methodische Kritik solcher Rankings ist hier kein Platz.

²⁰ Kutter 2013.

²¹ Z. B. bei Becker-Brüser 2010, Bell 2006, Doucet/Sismondo 2008, Kerr/Elzawawy 2012, Lexchin 2012, Twombly 2007. Einen journalistischen Überblick gibt das ZEIT-Dossier „Die gekaufte Wissenschaft“ (Kohlenberg/Musharbash 1.8.2013). Zu akademischem Kapitalismus vgl. Münch 2011.

²² Speth 2010a: 222–223, Speth 2013a: 9.

²³ Speth 2013a: 18–19.

²⁴ Ausführlicher dazu Hedtke 2011: 9–11.

Lobbyismus in diesem Feld setzt vierfach an: im politischen System, im Mediensystem, im Wissenschaftssystem und natürlich im Bildungssystem selbst. Grundsätzlich bevorzugt Lobbying in der Politik bestimmte *Politikphasen*. Lobbyisten versuchen ihren Interessenauftrag besonders in die ersten drei Phasen des Politikzyklus einzubringen: Problemdefinition, Agenda-Setting und vor allem Politikformulierung²⁵.

Auch hier kann man die ökonomische Bildung als ein Musterbeispiel nehmen. Am Anfang steht die Konstruktion oder Erfindung des Doppelproblems, es gebe zu wenig wirtschaftswissenschaftliches Wissen und man brauche ein separates Schulfach Wirtschaft. Vergleicht man dieses „Problem“ unvoreingenommen mit der in etwa gleich guten (oder schlechten) Lage der politischen Bildung und mit der wesentlich schlechteren schulischen Repräsentation von Wissensfeldern wie Recht, Technik, Pädagogik, Psychologie oder Medizin, muss man es als ein gezieltes politisches Konstrukt und damit als eine *Erfindung* charakterisieren.

In Fall dieses Doppel-„Problems“ ging es darum, Fiktionen in vorgebliche Fakten umzuformen. Dann folgte eine mehrjährige Öffentlichkeitskampagne mit umfangreicher Unterstützung durch die Wirtschaftspresse wie Handelsblatt und Wirtschaftswoche sowie durch besitzbürgerliche Leitmedien wie Frankfurter Allgemeine Zeitung, Der Spiegel, Focus oder Die Zeit. Stark eingebunden waren und sind Akteure wie die Interessenorganisationen der Privatwirtschaft, die halbstaatlichen Kammern und das ressourcenstarke Oldenburger IÖB.

Schließlich erreichte man die Phase der Politikformulierung. In den Schulministerien vereinbarte man Umprogrammierungen, um den von den Wirtschaftslobbyisten bevorzugten Inhalten mehr Aufmerksamkeit zu widmen und ihnen in Lehrplänen und Schulpraxis zu Lasten von gesellschaftlichem und politischem Wissen mehr Lernzeit einzuräumen. Nicht zuletzt kooperiert die Bildungspolitik in historisch beispiellosem Umfang mit Akteuren aus der unternehmerischen Privatwirtschaft und ihren Lobbyorganisationen (s. u.).

Lobbying und Öffentlichkeitsarbeit stehen für zwei im Prinzip unterschiedliche Strategien der politischen Einflussnahme von Interessengruppen, gehen aber meist zusammen und ergänzen sich wechselseitig. Lobbying arbeitet eher verdeckt in nicht-öffentlichen Bereichen: „Die wirkungsvollsten Lobby-Einflusszonen werden unbekannt bleiben, weil Stillschweigen zum zentralen Handlungsrepertoire professioneller Lobbyisten gehört“²⁶. Würde Lobbying als nicht legitimierte Einflussnahme Externer auf Internes allgemein bekannt und konkret benannt, wäre sein Erfolg erheblich gefährdet. Journalisten und Bürger würden die Absicht durchschauen und es drohte eine öffentliche Skandalisierung. Im Unterschied dazu richtet sich die lobbyistische Öffentlichkeitsarbeit zwar an ein breiteres

²⁵ Leif/Speth 2006b: 20.

²⁶ Leif/Speth 2006a: 352.

Publikum, hält aber aus denselben Gründen wie das intern ansetzende Lobbying die dahinterstehenden Interessengruppen oft im Dunkeln.²⁷

2.2 Politiknetzwerk und Advocacy-Koalition

Die Verhältnisse im Feld der ökonomischen Bildung beschreibt man am treffendsten mit dem Begriff Politiknetzwerk,

„der nicht nur Experten, sondern alle an einer spezifischen öffentlichen Politik beteiligten Akteure aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Teilbereichen umfasst. Diese sind durch spezifische Austausch- und Kooperationsbeziehungen miteinander verbunden, durch ähnliche Orientierungen geprägt und mit unterschiedlichen Ressourcen und Kapazitäten ausgestattet. Gemeinsam ‚produzieren‘ sie eine öffentliche Politik in dem Sinne, wie ein industrielles Produktionsnetzwerk ein bestimmtes Produkt produziert“²⁸.

Das Politikprodukt, das das Politiknetzwerk ökonomische Bildung erstellt und vertreibt, hat drei Dimensionen: ökonomische Bildung an allgemeinbildenden Schulen im eigenen Schulfach (Separation), mit mehr Anteilen in Stundentafel und bei Projekten (Expansion²⁹) und allein aus der Perspektive orthodoxer Ansätze der Wirtschaftswissenschaften (Revision³⁰). In Kurzform zusammengeführt kann man das als SER-Politik bezeichnen; auf sie gehen wir noch im Einzelnen ein. Dieses politische Projekt firmiert zwar als „ökonomische Bildung“, die Ansprüche auf Separation, Expansion und Revision charakterisieren es aber als *ökonomistische* Bildung.

Auch für das Lobbying für ökonomistische Bildung trifft die allgemeine Analyse zu, Lobbying „ist ein *kollektiver* Prozess: Interessengruppen, die das gleiche politische Ziel verfolgen, bilden eine Lobbyingkoalition, deren *vereinte* Kräfte für den Lobbyingserfolg

²⁷ Mit Verdunkelung verhindern viele Lobbyorganisationen ganz gezielt auch die Transparenz bezüglich der finanziellen, personellen und organisatorischen Ressourcen, die sie für ihre Aktivitäten einsetzen (können). Ein Exempel dafür bietet das einflussreiche Netzwerk SCHULEWIRTSCHAFT des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW).

²⁸ Schneider 2009: 12.

²⁹ Wie expansionistisch das Politiknetzwerk agiert, illustriert der Effekt einer Versechsfachung der Stundentafelanteile für „Wirtschaft“, die die Umsetzung des Verlangens von Bankenverband und Oldenburger IÖB nach einem durchgängig zweistündigen Pflichtfach „Wirtschaft“ an allen allgemeinbildenden Schulen nach sich ziehen würde (Kaminski/Eggert 2008: 25).

³⁰ Man findet z. B. den monodisziplinären und monoparadigmatischen Ansatz als konsequentes Konzept bei Kaminski/Eggert 2008 und Seeber/Retzmann/Remmele/Jongebloed 2012.

maßgeblich sind“³¹. Von der Ungleichheit der Ressourcen kann man allerdings nicht generell auf den Erfolg von Lobbyinggruppen im politischen Prozess schließen³².

Auch Kritiker und Gegner des SER-Politikprojekts, etwa die wissenschaftliche Initiative für bessere ökonomische Bildung iböb³³ oder die gewerkschaftliche Initiative Schule und Arbeitswelt des DGB, beziehen sich auf die Ziele und Aktivitäten des Politiknetzwerks ökonomistische Bildung. Da es sich um eine Policy-Kontroverse handelt, kann man diese Akteure zum „*Konfliktnetzwerk*“ ökonomische Bildung zusammenfassen³⁴. Weiter lässt sich ökonomische Bildung als Diskursfeld auffassen, in dem abgrenzbare Gruppen als Diskursformationen um die Diskurshoheit ringen³⁵. Das wissenschaftliche Diskursnetzwerk bildet dann einen Teil des Konfliktnetzwerkes. Es lässt sich etwa in Form von Zustimmung-Ab-lehnung-Verbindungen zwischen Akteuren darstellen.

Das Politiknetzwerk ökonomistische Bildung bietet auf der Akteurseite einerseits ein klares Bild (vgl. Abb. 1): Mit den Unternehmer- und Selbstständigenverbänden (Branchenverbände, Kammern, Arbeitgeberverbände) dominieren eindeutig die Organisationen des Kapitals³⁶.

Die Adressatenseite hat einerseits eine zielimmanent diverse Struktur. Denn die föderale Struktur in der Bildungspolitik verlangt Aktivitäten, die sich an Landesregierungen und nachgeordnete Bildungsadministrationen bis hinunter zu Schulämtern richten. Andererseits mindern zentral gesteuerte bundesweite Kampagnen die Schwierigkeiten dieser Diversität und binden die landespolitischen Aktionen in das Gesamtprojekt ein.

Auch das *Expertennetzwerk* aus bildungspolitischen Referenten der Verbände und Unternehmen, Wirtschaftsdidaktikern und Lehr-Lern-Material-Produzenten, das sich um das Politikthema ökonomische Bildung und Schulfach Wirtschaft gruppiert, gehört zu diesem Politiknetzwerk³⁷.

³¹ Klüver 2012a: 235; Hervorhebung RH.

³² Für die Kammern z. B. Groser/Sack/Schroeder 2010: 74–75. Im Fall der Europäischen Union kann man keine empirische Evidenz für einen *systematischen* Bias in der Ansprechbarkeit der EU zugunsten eines Typs oder einer Organisationsform von Interessengruppen finden (Klüver 2012c: 1130–1131). Vgl. ausführlicher in Abschnitt 3.1.

³³ Vgl. <https://www.iboeb.org/>. Selbstverständlich vertritt auch die Initiative für bessere ökonomische Bildung Interessen, u. a. advokatorisch das Interesse an interessengruppenfreier ökonomischer Bildung. Diese Interessenvertretung erfreut sich eines hohen Grades an Unabhängigkeit, da sie nicht auf Mittel von Interessenten und Interessengruppen zurückgreift. Der Verfasser gehört zur iböb.

³⁴ Vgl. Schneider 2009: 12.

³⁵ Zur Diskurs(netzwerk)analyse vgl. Keller 2005, Janning/Leifeld/Malang/Schneider 2009.

³⁶ Vgl. Abschnitt 3.1 und Sebaldt/Straßner 2004: 100–101.

³⁷ Schneider 2009: 12, Möller 2011.

Die Lobbybestrebungen für ökonomistische Bildung oszillieren um einen programmatischen Kern aus orthodoxer Volkswirtschaftslehre, neo-liberalen oder ordoliberalen Politikvorstellungen, konservativ-liberalen Werten und Bewahrung des verteilungspolitischen Status Quo³⁸. Dies umreißt in etwa die Eigenschaft „Revision“ des Politikprodukts ökonomische Bildung. Zu dieser inhaltlich-politischen Affinität der einschlägigen Akteure und der darauf gründenden grundsätzlichen politischen Geschlossenheit des Feldes passt das Konzept der *Advocacy-Koalition*³⁹. Die Akteure solcher Koalitionen wollen die „handlungsleitenden Orientierungen ihrer Überzeugungssysteme in praktische Politik“ umsetzen und streben deshalb nach Deutungsmacht⁴⁰. In diesem Zusammenhang spielen advokatorische Think Tanks wie die Bertelsmann Stiftung oder die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft eine wichtige Rolle⁴¹.

Eine spannende Frage ist, in welchem Verhältnis die Advocacy-Koalition ökonomistische Bildung und affine Koalitionen wie finanzielle Bildung zueinanderstehen und wie sie sich von anderen Koalitionen wie Berufsorientierung, arbeitsorientierte Bildung⁴² oder Verbraucherbildung abgrenzen.

Zu den Überzeugungssystemen der Koalition für ökonomistische Bildung gehören grundlegende normative Überzeugungen (z. B. individuelle Freiheit und monetäre Effizienz vor sozialer Gerechtigkeit) wirtschafts- und sozialpolitische Wertvorstellungen (z. B. Marktoptimismus, Staatspessimismus), Annahmen über wirtschaftliche Kausalbeziehungen (z. B. Wettbewerbsmärkte fördern Effizienz, Freihandel bringt Wohlstandszuwachs), Wahrnehmungen von Weltzuständen (z. B. die Welt als Wirtschaftsmarkt, Wettbewerbsarena und Wachstumspotenzial) und Problemen sowie Bevorzugung von Policy-Instrumenten (z. B. instrumentalistische Anreiz-Sanktion-Mechanismen statt diskursiver Auseinandersetzung). Effizienz wird als Synonym für Zweckrationalität, Zweck-Mittel-Optimalität oder maximale Wirtschaftlichkeit verwendet und normativ als „wichtigster, wenn auch nicht alleiniger Beurteilungsmaßstab“ „des Ökonomen“ gesetzt⁴³. Dieser wissenschaftlich und normativ einseitige fachdidaktische Fokus auf Effizienz wirkt wie ein Legitimationsnarrativ für Rationalisierung, Kalkulationismus, Konkurrenzdruck, Kommodifizierung, Kommerzialisierung, Arbeitsintensivierung und Selbstökonomisierung – und blendet die Verschwendung als Motor gegenwärtiger Volkswirtschaften völlig aus.

³⁸ Nachweise dazu beispielsweise in Hedtke 2011.

³⁹ Zum Folgenden Janning/Leifeld/Malang/Schneider 2009: 68–69; nicht zu verwechseln mit advokatorischer Interessenvertretung, die die Interessen *anderer* stellvertretend wahrnehmen, weil diese kein eigene Potenzial zur Selbstorganisation besitzen, etwa für Natur- oder Tierschutz (Sebaldt/Straßner 2004: 296–297).

⁴⁰ Vgl. Janning/Leifeld/Malang/Schneider 2009: 68–69.

⁴¹ Überblick dazu bei Speth 2006a.

⁴² Vgl. z.B. Hedtke 2013.

⁴³ So bei Seeber/Retzmann/Remmele/Jongebloed 2012: 72–73.

2.3 Pädagogischer Kapitalismus

Bisher haben wir Muster des Lobbyings im Feld wirtschaftliche Bildung herausgearbeitet und fanden dort Exempel für typische Lobbyingphänomene. Gibt es beim Wirtschaftsbildungslobbyismus auch Besonderheiten?

Die Lobbyisten des Politiknetzwerks ökonomistische Bildung verfolgen eine ideologisch-weltanschauliche, politische und ökonomische Agenda (IPÖ-Agenda; vgl. Abschnitt 3.2). Die ideologischen und politischen Interessen wurzeln zum einen ganz allgemein im eben skizzierten Überzeugungssystem dieser Advocacy-Koalition. Ihre politischen und ökonomischen Interessen entspringen zum anderen ihrer wirtschaftlichen Position und Intention. Ökonomische Bildung dient ihnen für beide Interessenkomplexe als Instrument der Wegbereitung, Durchsetzung und Legitimation gegenüber der jungen Generation. Die Legitimation von Interessen gegenüber Publikum und Parlament beeinflusst die Politik⁴⁴. Das Lobbying *für* ökonomische Bildung stellt dieses Einflussfeld erst einmal her und meldet seine Ansprüche darauf an. Dann mischt es sich mit dem Lobbying *durch* ökonomistische Bildung, das das erfolgreich durchgesetzte und besetzte Feld dann im Sinne der IPÖ-Agenda bestellt.

Zweitens sind – ähnlich wie bei Pharmaforschung und Pharmaindustrie – auch im Politiknetzwerk ökonomistische Bildung die wirtschaftlichen Interessen von mainstreamorientierten Wirtschaftsdidaktikern und Instituten für ökonomische Bildung (Forschungsgelder, Personalmittel, Honorare) mit denen der Wirtschaftsverbände und Unternehmen eng verstrickt⁴⁵. Niemand von ihnen finanziert kritische oder auch nur skeptische Forschung und Materialentwicklung. Die organisierte Drittmittelakkumulation des neuen *homo oeconomicus* im akademischen Kapitalismus⁴⁶ ergänzt die mentale und soziale Nähe zu unternehmernahen Gruppen durch massive monetäre Abhängigkeit. Die hohen vierstelligen bis niedrigen fünfstelligen Beträge, mit denen beispielsweise ein Energiekonzern wie RWE schon mal ein Universitätsseminar zur Energiepolitik für zukünftige Lehrer sponsert, entsprechen dem 2-4fachen Jahresbudget einer durchschnittlichen Didaktikprofessur. All dies trägt wesentlich zum „Autonomieverlust von Forschen, Lehren und Lernen“ und zur „Instrumentalisierung von Bildung und Wissenschaft für äußere Zwecke“ bei und führt in die „Sackgasse der Dogmatisierung“.

Drittens genießen die Akteure dieses Politiknetzwerkes einen einzigartig privilegierten Zugang zu den Schulen, zum Unterricht und damit zu den Kindern und Jugendlichen, z. B. durch Schulpartnerschaften, Kooperationen, Expertenbesuche, Unterrichtsmaterial,

⁴⁴ Trumbull 2012.

⁴⁵ Ausführlicher Hedtke 2011: 12-18, 22-24; zur Pharmaforschung vgl. oben Fußnote 21.

⁴⁶ Münch 2011: 68-93, 123-129, zit. 126-127.

Berufsorientierung, Betriebspraktika (vgl. Abschnitt 3.1). Oft laufen insbesondere Aktivitäten zur Berufsorientierung faktisch auf Betriebsanpassungserziehung und voraussetzende Unterwerfung unter das betriebliche Herrschaftsverhältnis hinaus⁴⁷. In diesem Sinne versteht beispielsweise der Berufswahlkompass einer kommunalen Tochtergesellschaft im Teil „Potenzial-Analyse“ unter „Kritikfähigkeit“ ausschließlich „Ich lasse mir von anderen sagen, wenn ich etwas falsch gemacht habe“ und unter „Was ist dir wichtig?“ finden sich zwar „gute Bezahlung“ und „nette Vorgesetzte“, aber keine Items zu Mitbestimmung, Gerechtigkeit, Selbstbestimmung, Gesundheit oder Umwelt⁴⁸.

Wenn man zur Abhängigkeit der wirtschaftsdidaktischen Forschung die zunehmende Abhängigkeit der Schulen von externen Zuwendungen hinzunimmt (Sponsoring), und wenn man auch die quantitative Umverteilung und inhaltliche Umsteuerung zugunsten von Berufsorientierung, Wirtschaftswissen, Rechenhaftigkeit, Finanzbildung und Unternehmerbildung in Rechnung stellt, dann ist es nicht übertrieben von pädagogischem Kapitalismus zu sprechen.

Viertens können Lernende dem Lobbying in der Schule nicht entkommen.⁴⁹ Während das Lohnarbeitsverhältnis im Kapitalismus zumindest formal noch ein Element von Freiheit enthält (man kann ja kündigen), kann man sich als Schüler der allgemeinbildenden Schule nicht entziehen, Schulbesuch ist obligatorisch. Abgesehen vom Wahlbereich ist der Unterricht eine Zwangsveranstaltung, bewehrt mit allgemeiner Schulpflicht, Teilnahmepflicht, Notengebung und Abschlussvergabe. Die Lernenden haben also keine Wahl, ob sie sich lobbyistischen Beeinflussungsversuchen aussetzen wollen oder nicht, wenn der Versicherungsvertreter und „Finanzcoach“ im Unterricht ist, müssen alle mitmachen. Der normale pädagogische Kapitalismus in der Schule hat immer Zwangscharakter. Schon deshalb sind Wirtschaftslobbying, das in der Gesellschaft legitim sein mag, und wirtschaftswissenschaftliche Einseitigkeit, die in der Wissenschaft zu produktiven Konflikten führen mag, in der Bildung nicht erlaubt. In der Volkswirtschaftslehre und Betriebswirtschaftslehre herrscht immer eine Gleichzeitigkeit *mehrerer* paradigmatischer, theoretischer oder methodischer Einseitigkeiten, die in „Deutungs- und Positionierungskämpfen“ miteinander konfliktieren und konkurrieren⁵⁰. Schule und Unterricht dürfen das nicht auf Einseitigkeit unter Zwang verkürzen.

Schließlich kann man fünftens die Prägekraft persönlicher Begegnungen im Vergleich zur Lektüre von Texten, Statistiken oder anderem toten Material kaum überschätzen. Lobbyisten lassen kommunikationsgeschulte und deshalb sympathische und glaubwürdig

⁴⁷ Vgl. Hirsch-Kreinsen 2008, Deutschmann 2002: 95–139.

⁴⁸ REGE 2013.

⁴⁹ Vgl. z.B. Engartner/Krisanthan 2014, Engartner 2019.

⁵⁰ Krell 2013, zit. 218.

wirkende Personen in den Klassenzimmern auftreten. Die persönlich-interaktive Dimension fördert das Vertrauen der Kinder und Jugendlichen und damit auch Image und Reputation der von den Lobbyisten vertretenen Interessen und Organisationen. Wer auf der Bühne der Bildung auftreten darf, erscheint als wichtiger Wissensträger, wer dort fehlt, bleibt unsichtbar und stumm. Wer als „Experte“ „für die Wirtschaft“ sprechen darf, scheint die Sache, die Sachlichkeit und das Allgemeine zu verkörpern, während die anderen nur sich selbst und ihre partikularen Interessen repräsentieren dürfen. Auch eine Lehrerin, die über betriebliche Verhältnisse durch Forschungsergebnisse aus Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftssoziologie bestens informiert ist, schrumpft gegenüber dem „Praktiker“ zur „Theoretikerin“ oder „Laiin“. Die Wirtschaftslehrerin lernt vom Vertreter „der Wirtschaft“, der lernt aber nichts von ihr. So prägen die Hegemonie der Unternehmenssphäre und ihr Anspruch auf Selbstinterpretation auch die Entwicklung der Wirtschafts-, Gesellschafts- und Weltbilder von Kindern und Jugendlichen.

3 Lobbyistische Landnahme

3.1 Akteure und Machtverhältnisse

Träger des Lobbyings können zum einen ganz oder teilweise für diesen Zweck geführte Organisationen sein, zum anderen Abteilungen oder Personen innerhalb einer anderen Organisation, die diese Lobbyfunktionen übernehmen. Beispiele für den ersten Typ sind die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft – eine typische Vorfeldorganisation der Arbeitgeber mit einem Jahresbudget von rund 7 Mio. Euro⁵¹ –, das von Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbänden finanzierte Institut der deutschen Wirtschaft Köln, die Arbeitsgemeinschaft Schule/Wirtschaft als seine Tochterorganisation, die mit jährlich rund 2,3 Mio. Euro ausgestattete My Finance Coach-Stiftung von Allianz, Unternehmensberatungskonzernen und Werbefirmen⁵², Eltern- und Lehrerverbände aus dem Deutschen Beamtenbund, das Oldenburger Institut für ökonomische Bildung⁵³. Den zweiten Typ illustrieren die DGB-Initiative Schule und Arbeitswelt oder in einem Unternehmen für Schulkontakte zuständige Referenten. Eine ähnliche Form ist das Team Verbraucherbildung der Verbraucherzentrale Bundesverband.

Auch einzelne Unternehmen und Unternehmer, die im Sinne ihrer Interessen selbst direkt Einfluss auf Schule und Unterricht nehmen, betreiben Lobbying. Jenseits von Wirtschaft gewinnen jüngst auch andere *public interest groups* in Feldern wie Konsum, Umwelt, Kinder an Bedeutung (advokatorische Interessengruppen).

Die lobbyistischen Akteure des Politikprojekts ökonomistische Bildung erfreuen sich einer starken publizistischen Unterstützung aus der konservativ-wirtschaftsliberal eingefärbten Wirtschaftspresse, z. B. vom Holtzbrinck-Konzern (Handelsblatt, Wirtschaftswoche) und der Hubert-Burda-Media-Holding (Focus), und der kaum anders ausgerichteten Wirtschaftsredaktionen einer Reihe von überregionalen Tageszeitungen. Diese proaktive mediale Meinungsbildung dominierte das Diskursnetzwerk ökonomische Bildung – bis sich seit Ende 2010 im Umfeld der Initiative für bessere ökonomische Bildung (iböb) ein Kritiknetzwerk sozio-ökonomische Bildung herauszubilden begann.

Innerhalb des Feldes Wirtschaft und Arbeit spielen neben den Akteuren aus der unternehmerischen Wirtschaft und den ihnen verbundenen Organisationen auch die

⁵¹ Behrens 2010: 158, Speth 2010a: 228–230; [[<http://www.insm.de/insm/ueber-die-insm/FAQ.html> besucht 9.9.2012]]; vgl. <https://www.insm.de/ueber-uns> besucht 30.6.2025.

⁵² Jahresetat von 2011 (TAZ, 30.3.2012).

⁵³ Beispiele für Akteure und deren ideologisch-politisch-ökonomische Verflechtungen findet man in Möller/Hedtke 2011 und Hedtke 2012: 3–7. Laut Haushaltsplan, Kap. 0607, zahlte das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur der IÖB GmbH 2012 und 2013 einen Zuschuss von je 0,92 Mio. Euro.

Gewerkschaften eine Rolle für die ökonomische Bildung. Sie gehören mehrheitlich zum Kritiknetzwerk und favorisieren den Ansatz einer sozio-ökonomischen Bildung⁵⁴. In den Feldern Konsum und Finanzen kommen hinzu die Verbraucherverbände sowie diverse Einrichtungen der Finanz- oder Schuldnerberatung, im wissenschaftlichen Feld neben den schon erwähnten Akteuren aus der Wirtschaftsdidaktik die allgemeinbildende Berufs- und Arbeitsdidaktik sowie Haushaltsdidaktik und Sozialwissenschaftsdidaktik.

In Deutschland stützt sich die Interessenvertretung der Wirtschaft strukturell auf zwei Säulen, die arbeitsmarktseitigen Interessen vertreten durch die Arbeitgeberverbände und die produktmarktseitigen Interessen vertreten durch die Wirtschaftsverbände⁵⁵. Die dritte Säule der deutschen unternehmerischen Verbandsstruktur bilden die Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern sowie andere Kammern⁵⁶. Über diese drei Säulen organisieren und artikulieren die Verbände der Wirtschaft ihre sektoralen Interessen gegenüber der Politik. Obwohl sich die Verbandsfärbung von Parteien und Parlamenten im historischen Vergleich abschwächt, gibt es immer noch „die besondere Nähe der Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände zur CDU und zur FDP, so dass teilweise von einer ‚Interessenkoalition‘ auszugehen ist, die durch personelle Querverbindungen verstärkt wird“⁵⁷. Diese Parteienfärbung koloriert auch das Politiknetzwerk ökonomistische Bildung⁵⁸.

Das halbstaatliche System der Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern verfügt über erhebliche personelle, organisatorische und finanzielle Ressourcen. Durch die spezifische Institutionalisierung der Kammern wird die Interessenvertretung der Unternehmen oder allgemeiner: der Kapitalinteressen auf einzigartige Weise staatlich privilegiert – bis hin zur Monopolstellung samt Zwangsmitgliedschaft⁵⁹. Das Kammersystem ermöglicht auch die Vermittlung, Aggregation und Vereinheitlichung von Unternehmensinteressen und nimmt eine „starke regionale Stellung“ ein⁶⁰. In internen

⁵⁴ Überblick in Hedtke 2014 und weitere Texte in Fischer/Zurstrassen 2014.

⁵⁵ Behrens 2010: 149, 153-154, Henneberger 2010: 135. In historischer Perspektive haben sich die Arbeitgeberverbände gegenüber gewerkschaftlichen und staatlichen Forderungen fast immer reaktiv abwehrend verhalten, ihnen mussten „nahezu alle sozialen Fortschritte abgerungen werden“ (Schroeder 2010: 39).

⁵⁶ Bühner 2010: 57–59.

⁵⁷ Speth 2010b: 271-273, zit. 271. Für den Bundestag lässt sich eine „nach wie vor überproportional hohe Verflechtungsdichte zwischen Unternehmensverbänden und CDU/CSU sowie FDP“ nachweisen (Schmid 2009: 348). Damit kann man natürlich nicht unterstellen, dass sich die Verbände der Wirtschaft politisch immer, vollständig oder überwiegend durchsetzen, vgl. Groser/Sack/Schroeder 2010: 75.

⁵⁸ Hedtke 2012: 4-5, 30, Hedtke 2011: 10-12, 18-20, 23. So ist z. B. der Direktor des Oldenburger IÖB, Hans Kaminski, Vorsitzender der Landesfachkommission Bildung und Wissenschaft des CDU-Wirtschaftsrates Niedersachsen und als Beiratsmitglied des Deutschen Aktieninstituts und der Oldenburgische Landesbank AG auch gut mit der Finanzindustrie vernetzt.

⁵⁹ Sebaldt/Straßner 2004: 42.

⁶⁰ Groser/Sack/Schroeder 2010: 66-67, 78-79.

Auseinandersetzungen formulieren Kammern gemeinsame Interessen der Mitgliedsunternehmen. Sie konstruieren damit den Politikbedarf „der Wirtschaft“ und können nach außen für „die“ Wirtschaft sprechen. Kammern können durch Kooperation flächendeckend agieren. Im Feld der ökonomischen Bildung sind die Kammern ein strategisch wichtiger und sehr einflussreicher Akteur. Dem haben Arbeitnehmer trotz der Gewerkschaften und andere gesellschaftliche Gruppen wie Konsumenten trotz der Verbraucherverbände nur wenig entgegenzusetzen.

Durch den halbamtlichen Status der Kammern als öffentlich-rechtliche Körperschaften und ihre Zwitterstellung zwischen Interessenverband und Behörde erhalten ihre Lobbyaktivitäten einen Anschein von Gemeinwohlorientierung⁶¹. Das öffnet ihnen nicht nur die Schultore – die Parteien, Gewerkschaften, Umwelt- und Bürgerinitiativen oder Globalisierungskritikern eher verschlossen bleiben. Es verleiht den Kammern auch den Status von quasi-neutralen Experten und verschleiert ihren Charakter als Interessenvertretungen. Gelingt es einer Lobbyingkoalition, in die Expertenrolle zu schlüpfen, kann sie gegenüber Bildungspolitik und Bildungsadministration als Spezialistin und Lieferantin relevanter Informationen auftreten – und damit den erfolgsträchtigen Einflusskanal des Lobbyismus nutzen. Empirische Analysen am Beispiel der Europäischen Union „haben gezeigt, dass die Bereitstellung von Informationen ein wichtiges Element einer erfolgreichen Lobbyingstrategie darstellt“⁶².

Anders als Arbeitnehmer können Unternehmen zwischen drei Formen wählen, in denen sie ihre Interessen gegenüber der Politik koordiniert verfolgen. Sie können über ihre Verbände, als Einzelunternehmen und in informeller Kooperation mit der Politik interagieren. Diese klassische These von Claus Offe und Helmut Wiesen­thal findet Bestätigung durch empirische Netzwerkanalysen⁶³. Unternehmen können „wegen ihrer überlegenen Ressourcenausstattung ihre Interessen auch im Alleingang verfolgen“, Arbeitnehmer haben nur geringe Ressourcen, für die Artikulation ihrer Interessen müssen sie auf die Form des verbandlichen Zusammenschlusses zurückgreifen⁶⁴.

Auch die Form unmittelbarer Einflussnahme, die Unternehmer und Unternehmen im Bildungsbereich und an einzelnen Schulen betreiben, bleibt abhängig Beschäftigten systematisch verschlossen. Sie müssen auf Interessenartikulation und Einwirkung mittels Organisationen zurückgreifen, etwa über Gewerkschaften. Die Beschäftigten können weder selbst an die Schule herantreten, um über ihre Erfahrungen aus der Arbeitswelt zu

⁶¹ Vgl. Sebaldt/Straßner 2004: 218–222, Alemann 1987: 50.

⁶² Klüver 2012a: 212–213, 234–236, zit. 235.

⁶³ Offe/Wiesen­thal 1980, Malang 2009.

⁶⁴ Henneberger 2010: 136–137.

berichten, noch kann die Schule – käme sie jemals auf den Gedanken – sie adressieren und in den Unterricht einladen.

Eine wirtschaftsdidaktische Bildungstradition von „Augenzeugen der Arbeitswelt“ existiert nicht. In dieser Form könnte man – wie etwa durch Zeitzeugen in der Politik- und Geschichtsdidaktik – mehr oder weniger authentische Aussagen aus Sicht abhängig Beschäftigter in den Unterricht einbringen. Allerdings müssten abhängig Beschäftigte bei allzu viel Authentizität auch mit Sanktionen ihrer Arbeitgeber rechnen. Schon deshalb bleiben die Beschäftigten bei den so genannten Praxiskontakten gegenüber Unternehmensleitungen, Eigentümern und deren Interessenorganisationen strukturell benachteiligt, ihre Perspektiven werden an den Rand gedrängt.

Politische Ökonomie, Politikwissenschaft, Verbände- und Lobbyismusforschung gehen mehrheitlich von einer *im Grundsatz* asymmetrischen Verteilung von Macht zugunsten von privaten Interessengruppen und deren Wirtschaftsinteressen aus: sie haben „eine mächtige und durchsetzungsstarke Stimme im politischen Raum“⁶⁵. Das heißt natürlich nicht, dass sich die Interessen „der Wirtschaft“ immer und überall und ungebrochen durchsetzen.

Pretiale Macht⁶⁶ entspringt aus Verfügung über Geld, das man gezielt einsetzen kann, um Macht zu erlangen, indem man z. B. Geldzuwendungen, Statussymbole usw. vergibt. In Deutschland fördern zahlreiche Stiftungen von Unternehmern und Unternehmen ihnen genehme Formen ökonomischer Bildung. Beispiele für pretiale Macht in unserem Feld: Lehrmaterialien von Stiftungen, Stiftungsprofessuren, Forschungsförderung, Finanzierung von öffentlichkeitswirksamen Kongressen, Sponsoring von Seminaren für Studierende und Lehrerinnen, Beiratsposten, Beraterverträge und andere Honorare für Professoren, Dienstleistungen von Kommunikationsagenturen. In den hier beschriebenen Netzwerken mischt sich die pretiale mit *relationaler* Macht, die auf dem Zugang zu anderen ressourcenreichen Akteuren beruht⁶⁷.

⁶⁵ Speth 2010b: 261. Klassisch zur Logik kollektiven Handelns Olson 2004/1965, kritisch dazu Trumbull 2012. Vgl. Leif/Speth 2003a: 16, Leif/Speth 2006b: 13, Sebaldt/Straßner 2004: 103, Speth 2006b: 41–44, Streeck 2011, Offe 2006: 180–196.

⁶⁶ Im Anschluss an Max Weber ist Macht jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen den Widerstand der Betroffenen durchzusetzen. Für unsere Fragestellung besonders wichtig ist die geldbedingte oder *pretiale* Macht (Amitai Etzioni). Ursprünglich bezeichnet Etzioni damit ein internes Steuerungsmittel einer Organisation, mit dem sie Konformität oder Loyalität sichert. Im Kontext ökonomischer Bildung geht es ganz besonders um Macht im Sinne einer hegemonialen Kultur (Antonio Gramsci), der sich die Akteure freiwillig unterwerfen, und um Gouvernamentalität, bei der sich die Subjekte selbst gemäß vorherrschender Denkweisen regieren (Michel Foucault; vgl. Inhetveen 2008). Ein Schulfach Wirtschaft kann als Transformationsriemen ökonomischer und/oder neoliberaler Gouvernamentalität instrumentalisiert werden.

⁶⁷ Vgl. z. B. Ohm 2009: 289–290.

Die Zugangschancen zur Politik verteilen sich somit sehr ungleich. Die Aufmerksamkeit von wichtigen politischen Entscheidern zu gewinnen, ist nur wenigen Interessengruppen vergönnt. Insgesamt gesehen dominieren die wirtschaftlichen Interessen, zu deren Repräsentanten auf Seiten der Beschäftigten auch die Gewerkschaften gehören. Nicht nur die Macht der monetären Mittel begünstigt die Kapitaleigentümer, für ihre Sache können sie auch auf davon überzeugte Politiker zählen. Sie sind darüber hinaus die einzigen, die der Politik wähler- und steuerwirksam mit der Exit-Option Standortverlagerung drohen können⁶⁸. Diese potenzielle Drohung zielt auf alle Ebenen, von der Gemeinde bis zur Europäischen Union. Sofern die Politik dies antizipiert und verinnerlicht, erübrigt sich meist ein explizites Drohen.

Diese Asymmetrie vertiefte sich in den beiden vergangenen Jahrzehnten durch die Folgen der wirtschaftlichen Globalisierung. Politiken der Globalisierung und globaler Deregulierung eröffnen dem Kapital und den Kapitaleigentümern höhere Mobilitätschancen und niedrigere Mobilitätskosten. Zugleich nehmen Öffentlichkeit und politische Akteure einen von Globalisierung ausgehenden oder ihr zugeschriebenen wachsenden Wettbewerbsdruck wahr. Durch beide Momente gerieten und geraten die meisten der abhängig Beschäftigten und die Gewerkschaften mehr und mehr in eine Defensivposition⁶⁹. Das stärkt die relative Position der Arbeitgeberverbände.

Darüber hinaus können es sich nur finanzkräftige Unternehmen und Verbände leisten, kommerziell arbeitende, professionelle Lobbyisten zu beauftragen. Diese Kommerzialisierung des Lobbyismus nimmt immer mehr zu⁷⁰. Seit einiger Zeit können allerdings vielfältige Interessengruppen wie soziale Bewegungen über das Internet und die sozialen Netzwerke für ihre Anliegen mobilisieren und etwa durch *grassroots campaigning*⁷¹ punktuelle Erfolge erzielen. Graswurzel-Kampagnen führen Aktivitäten von unten mit zentralisierter Kampagnenführung von oben zusammen⁷². Diese Instrumente nutzen aber auch Wirtschaftslobbyisten und Unternehmen.

Bundesweit repräsentative Daten zur Machtasymmetrie in der ökonomischen Bildung fehlen. Empirische Indikatoren sprechen aber eindeutig für eine strukturelle Schieflage zugunsten von Unternehmen, Kammern und Wirtschaftsverbänden. Das zeigt sich beispielhaft daran, dass private Unternehmen, Wirtschaftsverbände und Kammern bei den so genannten Praxiskontakten von Schulen stark dominieren.

⁶⁸ Vgl. die klassischen Konzepte zu Abwanderung und Widerspruch bei Hirschman 2004 und zum Agieren der Wirtschaft gegenüber dem Staat bei Lindblom 1977.

⁶⁹ Lesch 2010: 237, 254-255, Dörre 2010.

⁷⁰ Zum Folgenden Mielke 2008: 31-37.

⁷¹ Speth 2013b.

⁷² Hier entstehen neue Möglichkeiten, Interessen zu artikulieren und Einfluss zu nehmen sowie neue Gefahren einer „verdeckten politischen Mobilisierung“ Speth 2013a: 8.

Mehr als drei Viertel der weiterführenden allgemeinbildenden Schulen in Deutschland pflegen Kooperationsbeziehungen mit Wirtschaftsbetrieben (Haupt- und Realschulen, Schulen mit Gesamtschulcharakter), unter den Gymnasien und Integrierten Gesamtschulen noch mehr als die Hälfte⁷³. Von den genannten drei „wichtigsten“ Kooperationen aller Schulen entfällt im Durchschnitt gut die Hälfte auf Wirtschaftsbetriebe, dieser Beziehungstyp ist rund 30mal häufiger als der zu Gewerkschaften.

Zwei Drittel aller Schulen in NRW unterhalten dauerhafte, auf praxisnahen Unterricht und Förderung zielende Partnerschaften zwischen Schule und Betrieben oder Wirtschaftsorganisationen, in der Regel in Form von Kooperationsverträgen⁷⁴. Diesen knapp 1.700 unternehmerisch-wirtschaftsverbandlichen Kooperationen allein in NRW stehen *bundesweit* etwa zwei bis drei Dutzend gewerkschaftliche Kooperationen „Schule und Arbeitswelt“ gegenüber⁷⁵. Die Hälfte der Schulen schreibt die Partnerschaft in ihr Schulprogramm. Bei diesen Kooperationen geht es den Unternehmen und ihren Betrieben vor allem um Außendarstellung, Öffentlichkeitsarbeit und Gewinnung neuer Auszubildender⁷⁶. Von den betrieblichen Kontaktpersonen solcher Kooperationen gehören die weitaus meisten zur Unternehmensleitung und viele zum Ausbildungspersonal; auf Arbeitnehmervertreter entfallen 0,4 Prozent.

Die arbeitgeberfinanzierte Bundesarbeitsgemeinschaft Schule/Wirtschaft samt ihren Landesarbeitsgemeinschaften liefert Zahlen zur eigenen Vernetzungspolitik. Während die Gewerkschaften ein Dutzend Arbeitskreise Schule und Arbeitswelt führen, betreibt die Bundesarbeitsgemeinschaft 432 regionale Arbeitskreise Schule/Wirtschaft. Jährlich haben diese gut 50.000 Kontakte (Schulen, Kindertagesstätten, Unternehmen u. a.), gut 6.000 Veranstaltungen mit fast 160.000 Teilnehmern, davon fast die Hälfte Schüler, und über 3.400 Medienberichte über ihre Aktivitäten⁷⁷. Ihr Jahresbudget hält sie dagegen geheim. Tochterunternehmen des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln betreuten „in den letzten Jahren“ Schülerfirmen mit fast 70.000 Schülern und führten seit 2003 „Wirtschaftstrainings“ für mehr als 46.000 Schüler durch⁷⁸. My Finance Coach beschulte im Jahr 2012 nach

⁷³ Diese und die folgenden Daten aus einer Mitgliederbefragung der GEW Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) 2012.

⁷⁴ Diese und die folgenden Daten stammen aus einer Vollerhebung für alle „2.836 weiterführend allgemeinbildenden Schulen in NRW“ von 2009, Univision 2010: 7, 14, 15, 32.

⁷⁵ Einen Überblick gibt [[<http://schule.dgb.de/projekte-vor-ort>]] besucht am 24.9.2013.

⁷⁶ Vgl. auch Kamella 2013: 6–8.

⁷⁷ Daten von 2009, neuere nicht zugänglich, online: [[[http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/res/SW_Fact%20Sheet%20Zahlen_051211.pdf/\\$file/SW_Fact%20Sheet%20Zahlen_051211.pdf](http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/res/SW_Fact%20Sheet%20Zahlen_051211.pdf/$file/SW_Fact%20Sheet%20Zahlen_051211.pdf)]] besucht am 11.11.2014.

⁷⁸ [[<http://www.juniorprojekt.de/presse-medien/>]], [[http://www.fitfuereidewirtschaft.de/fileadmin/redaktion/Allgemeine_Informationen/Das_Projekt.pdf]] besucht am 11.11.2014.

eigenen Angaben 22.900 Schülerinnen, kooperierte mit 210 Schulen und bildete 538 Lehrerinnen fort⁷⁹.

Ein anderes Exempel erfolgreichen Lobbyings bietet die gymnasiale Oberstufe in NRW. Im Jahr 2004 gelang es dort, im Ministerium durchzusetzen, dass die Lernenden das Fach Sozialwissenschaften mit dem Schwerpunkt Wirtschaft wählen dürfen. Die Wahl des Schwerpunktes Politik oder Gesellschaft blieb [und bleibt] ihnen dagegen verwehrt. Bildungsministerien neigen offensichtlich zu einem vorseilenden Gehorsam gegenüber tatsächlichen oder vermeintlichen Forderungen „der Wirtschaft“ an Schule und Unterricht. So überbringt mancherorts die ministerielle Antizipation die Anstrengung des aktiven Lobbyings.

Zieht man schließlich noch die übermächtige Fülle kostenloser Lehr-Lern-Materialien in Betracht, die die ökonomistische Agenda und einzelne Unternehmens- oder Brancheninteressen in die Klassenzimmer tragen⁸⁰, dann kann man eine überwältigende Übermacht der Unternehmen, Kammern und Wirtschaftsverbände in den Schulen feststellen. Sie sichert deren Deutungshoheit bei wirtschaftlich-politischen Fragen auch bei der nachwachsenden Generation und stützt auch im Bildungssystem die Dominanz kapitaleigentümer- und unternehmensnaher Perspektiven, die in den Medien herrscht⁸¹. Den Pluralismus der Positionen schützende Gegenwichte wie eine wirtschaftskritische Wirtschaftsdidaktik oder Ansätze kritischer ökonomischer Bildung fehlen fast völlig.

Insgesamt muss man feststellen, dass die beschriebenen Asymmetrien eine dreidimensionale Einseitigkeit ökonomischer Bildung an Schulen befördern: erstens bezüglich der Präsenz oder Nicht-Präsenz von Akteuren auf der Bühne der Schule (Sichtbarkeit), zweitens mit Blick auf die interessenbezogene Einseitigkeit der durch diese Akteure vertretenen Perspektiven und Inhalte (Parteilichkeit) sowie drittens hinsichtlich der inhaltlichen und interessenbezogenen Einseitigkeit der durch die orthodoxen Wirtschaftswissenschaften vertretenen Perspektiven und Inhalte (Selektivität). Diese dreidimensionale Verzerrung entspricht zwar im Wesentlichen den Macht- und Diskursverhältnissen in einem kapitalistischen Wirtschaftssystem – bleibt aber mit dem Bildungsauftrag der Schule in einer Demokratie und einer pluralistischen Gesellschaft unvereinbar.

⁷⁹ My Finance Coach 2012: 5.

⁸⁰ Vgl. z. B. Kamella 2013: 9, Möller/Hedtke 2011. Vgl. aktuell auch die Studien von Philippe Kersting, etwa zum econo=me-Netzwerk, <https://www.philippe-kersting.de/2024/07/27/econo-me-pseudowettbewerb-und-wirtschaftsliberaler-lobbyismus/> oder zur Kooperation der kultusministeriellen Fortbildung mit Lobbyisten, <https://www.philippe-kersting.de/2025/02/05/wenn-lobbyisten-vom-kultusministerium-unterst%C3%BCtzt-werden/>

⁸¹ Vgl. Abschnitt 2.1.

3.2 Agenda, Aktivitäten und Interessen

Schaut man sich die Interessen genauer an, die hinter dieser Vereinnahmung von Schule und Unterricht für die unternehmerische Wirtschaft stehen, stößt man auf mindestens sechs Interessententypen im Feld ökonomischer Bildung.

Erstens und wenig überraschend verfolgen die Akteure ein kommerzielles oder *Gewinninteresse*, das die Schülerinnen als Geld verwendende Wirtschaftssubjekte adressiert und direkt oder indirekt, für das Einzelunternehmen oder für die Branche auf gegenwärtige oder zukünftige Zahlungen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zielt. Jegliche finanzielle Bildung, die Unternehmen und Verbände der Finanzindustrie betreiben, hat dies im Sinn: sie fördern die *allgemeine* Bereitschaft Jugendlicher, Versicherungen abzuschließen und Wertpapiere zu kaufen und leiten damit Geld in ihre Branchen um. Aber auch Institute für ökonomische Bildung an den Universitäten und Professuren profitieren pekuniär und personell unmittelbar vom Ausbau der ökonomischen Schulbildung, da sie mit mehr Geld von Staat und Dritten rechnen können.

Mit dem Gewinninteresse der Unternehmen verbindet sich zweitens ein *Personalrekrutierungsinteresse*, das viele Unternehmen in die Schulen treibt. Hier schwingt auch ein Anpassungsinteresse mit, das von den Schulen erwartet, den Jugendlichen unerwünschte und „unrealistische“ Erwartungen an Berufsausbildung und Erwerbstätigkeit auszutreiben. Die Schulen geben sich im Verbund mit einer veritablen Berufsorientierungsindustrie alle Mühe, diese Adaption mit professionellen pädagogischen Mitteln sicherzustellen.

Ohne ein Geheimnis daraus zu machen, lassen sich die Akteure drittens durch ihr *Reputationsinteresse* motivieren. Es zielt vor allem auf die Sicherung von Akzeptanz, Legitimation und immaterieller Unterstützung der eigenen Organisation, Position oder Person durch Dritte. Politischer Erfolg setzt anerkannte Legitimität der Interessen und Interessenten voraus. Auch hier kann man das ramponierte Renommee von Banken und Versicherungen als Mustermotivation für frühzeitige vertrauensbildende Maßnahmen im Unterricht anführen. Reputation zahlt sich im Übrigen zumeist auch in Form höherer und sicherer Geldzuflüsse aus.

Viertens kann man ein *Begünstigungsinteresse* ausmachen, das die Gewährung von materiellen oder immateriellen Vorteilen von Staat und Gesellschaft erreichen will, etwa Subventionen, genehme rechtliche Regeln und deren großzügige Auslegung oder Steuernachlässe aller Art.

Nicht unterschätzen sollte man fünftens das *Weltanschauungs- und Politikinteresse*, das Akteure antreibt, die eigenen ideologischen und politischen Vorstellungen und Positionen zu verbreiten und zu verankern. Dazu setzt man am besten im Pflichtschulbereich an, da den dort platzierten Botschaften kein Schüler ausweichen kann. So arbeiten die

Chefvolkswirte der Finanzbranche mit ihren Beiträgen in den Medien und die Chefdidaktiker von Unternehmen und Verbänden mit ihren Unterrichtsmaterialien in den Schulen recht erfolgreich daran, die Bankenkrise in eine Staatsschuldenkrise umzudefinieren. In Medien und Schule propagieren die Wirtschaftsverbände und ihre Stiftungen auch den schlanken Staat mit geringen Steuerungs- und Steueransprüchen gegenüber Unternehmen und Kapitaleigentümern.

Generell geht es darum, „dass Wirtschaftsthemen intensiver im Schulunterricht behandelt werden“, um das Vertrauen in „Soziale Marktwirtschaft und Unternehmertum wieder zu stärken“⁸². Das steht für eine klare politische Agenda hinter der ökonomischen Bildung. Hätte sie Erfolg, würde man Aufklärung und Kritik zugunsten von Affirmation und Akzeptanz verdrängen.

Die Interessenkomplexe Begünstigung und Weltanschauung/Politik erklären, warum das Separation-Expansion-Revision-Politikprojekt von Anfang an eine starke gesellschaftstheoretische und gesellschaftspolitische Komponente enthält (beispielsweise, dass sich Politik am homo-oeconomicus-Modell auszurichten oder individuelle „Eigenverantwortung“ einzufordern habe). Dahinter steht, ein wenig überspitzt formuliert, die Agenda einer dreifaltigen Mission in den Schulen: vermittelt werden die Glaubensgrundsätze eines ökonomistischen Weltbilds (Katechismus der Ökonomik), die Auslegung von Welt und Wirtschaft allein durch Vertreter des wirtschaftswissenschaftlichen Mainstreams (orthodoxe Priesterschaft) und nicht zuletzt die Aufforderung und Anleitung zum richtigen Leben durch Selbstökonomisierung (ökonomistische Werte und Tugenden).

Den spezifischen Beitrag der Volkswirtschaftslehre zu diesem gesellschaftstheoretischen, politischen und praktischen Umerziehungsprogramm bringt Wolfgang Streeck auf den Punkt:

„economics as ‘scientific knowledge’ teaches citizens and politicians that true justice is market justice, under which everybody is rewarded according to their contribution, rather than their needs redefined as rights. To the extent that economic theory became in this sense accepted as a social theory, it would ‘come true’ in the sense of being performative – thus revealing its essentially rhetorical nature as an instrument of social construction by persuasion“⁸³.

⁸² So der Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks am 14.01.2009. [[<http://www.zdh.de/presse/pressemeldungen/archiv-pressemeldungen/zdh-praesident-kentzler-neuer-vorsitzender-des-gemeinschaftsausschusses.html>]], besucht 28.09.2014.

⁸³ Streeck 2011: 8.

Schließlich findet man sechstens bei individuellen oder organisierten Akteuren vermutlich auch *altruistische Motivationen*; der begrifflichen Klarheit halber wollen wir diese aber nicht mit dem Begriff Interesse vermischen. Zweifellos gibt es aber auch altruistisches Lobbying.

Die angeführten Interessentypen der Lobbyisten in der ökonomischen Bildung fächern sich in konkreten Fragen auf und können sich je nach Branche, Unternehmen und Region unterscheiden. Deshalb muss man einerseits unterstreichen, dass man nicht einfach ein Einheitsinteresse „der“ Wirtschaft unterstellen kann⁸⁴, das deren Lobbyorganisationen in der Bildung durchsetzen wollen. Ihre Aktivitäten drücken interne Machtkonstellationen, Interessenkämpfe und Kompromisse aus, und zwischen den Lobbyverbänden der Wirtschaft herrscht sowohl Kooperation als auch Konkurrenz⁸⁵.

Andererseits existieren allgemeine gemeinsame Interessen, etwa beim Glauben an die Vorteile freier Märkte und freien Unternehmertums, an das neoliberale Paradigma der Wirtschaftspolitik oder an eine kapitaleigentümerfreundliche Steuerpolitik. Auch wenn sich die konkreten Interessen unterscheiden mögen, profitieren die privaten Unternehmen und ihre Organisationen von einem separaten Pflichtfach Wirtschaft, wenn dort der angebotsorientierte, institutionenökonomisch aufgeklärte neoklassische Mainstream der Volkswirtschaftslehre dominiert und wenn diese Gruppe weiterhin einen privilegierten Zugang zu Schulen und Schülern genießt.

Im Recht der von ihnen adressierten Personen und Organisationen, *allgemein verbindlich* zu entscheiden, liegt „der besondere Anreiz für das Lobbying der Interessengruppen. Sobald ihre Interessen ganz oder teilweise in allgemein verbindliche Entscheidungen eingeflossen sind, haben sie eine höhere Weihe erhalten. Sie sind demokratisch geadelt und zehren von der Aura des Gemeinwohls.“⁸⁶ Negativen Einstellungen gegenüber Lobbyismus versuchen Aktivisten mit dem freundlicher klingenden Begriff Politikberatung entgegenzuwirken, und große Unternehmen stellen sich häufiger als *corporate citizen* dar und reklamieren so eine Gemeinwohlorientierung für sich⁸⁷.

Generell arbeitet deshalb eine Reihe von Akteuren im Feld der ökonomischen Bildung mit Mitteln der Camouflage: Sie verstecken ihre Auftraggeber und Finanziere und verschleiern die Interessen, denen sie dienen. Ein typischer Fall ist die eng mit der FDP verbandelte

⁸⁴ So schätzen einige Studien zur vergleichenden Verbandsforschung die Mitgliederinteressen bei den Gewerkschaften als homogener ein als die bei Arbeitgeberverbänden (Schroeder/Silvia 2003: 255–260). Andere sehen ein eher gleiches Niveau von Interessenheterogenität, unter dem die Arbeitgeberverbände aber weniger litten (Malang 2009: 239–241).

⁸⁵ Exemplarisch für die Branche der Informations- und Kommunikationstechnologie zeigt das Lang 2009.

⁸⁶ Leif/Speth 2006b: 13.

⁸⁷ Leif/Speth 2003a: 9–10.

Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung⁸⁸. Andere Akteure dagegen treten transparenter auf, etwa die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.

Eine Gemeinwohlorientierung beanspruchen auch in Stiftungsform oder mit Anspruch oder Status von Gemeinnützigkeit auftretende, politisch ausgerichtete advokatorische Think Tanks wie das Institut der deutschen Wirtschaft Köln, Stiftung Marktwirtschaft oder die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft⁸⁹. Damit nutzen sie die immer noch verbreitete naive Vorstellung von Politik, nach der der Staat und insbesondere seine Bildungspolitik dem Gemeinwohl verpflichtet ist. Wir folgen hier der pluralismustheoretischen Vorstellung, dass die Inhalte der Politik – erst recht die für ökonomische Bildung – von den Interessen gesellschaftlicher Gruppen bestimmt werden; erst „dann kommt das Gemeinwohl als unscharfe und ganz unterschiedlich interpretierbare Leitvorstellung hinzu“⁹⁰.

Der diffuse Glanz der Gemeinwohlorientierung fällt besonders auf Schule und Unterricht, die allgemein als unpolitisch und nur dem Wohl der Kinder und Jugendlichen verpflichtet erscheinen. Bildungsversprechen wie „Berufsorientierung“ oder „Wirtschafts- und Finanzkompetenz“ suggerieren pädagogische Motive und geben den Lobbyakteuren damit einen Generalschlüssel für Schulen und Klassenzimmer in die Hand. Von dieser Schutzschicht der Schule als scheinbar neutraler Institution profitiert auch eine interessengetränkte ökonomistische Bildung, der die Lernmaterialien mancher Organisationen dienen. Anlass zu einem Generalverdacht gibt es allerdings nicht⁹¹. Dieser Gemeinwohlschein passt zu pädagogischen Prinzipien wie Praxisrelevanz und zu Politiken wie Öffnung von Schule. Das erschwert distanzierte Analyse, fachliche Kritik und politische Aufklärung erheblich.

Eine hier anschließende und politisch besonders brisante Frage können wir nicht weiterverfolgen: Wessen und welche Interessen vertreten die Bildungsadministration und die Bildungspolitik? Welche lassen sie zu, welche fördern, welche bremsen sie? Kann sie überhaupt wirksam steuern? Wie weit dienen sie Partialinteressen und geben dies als gemeinwohldienlich aus?

Abschließend einige Anmerkungen zu den Aktivitäten und Formen des Lobbyings in der ökonomischen Bildung⁹². Zu den typischen Formen zählen Herstellung und Vertrieb von Lehr-Lern-Materialien, Tagungen und Kongresse, Lehrerfortbildungen, Auftragsforschungen, Meinungsumfragen, Wissenstests oder Wettbewerbe.

⁸⁸ Hedtke 2011: 19.

⁸⁹ Vgl. Speth 2006a.

⁹⁰ Leif/Speth 2006b: 31; vgl. Sebaldt/Straßner 2004: 28–33, Alemann 1987: 42–44.

⁹¹ Das belegen etwa die Evaluationen im Materialkompass der Verbraucherzentrale Bundesverband <http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass.html>, besucht 11.11.2014.

⁹² Vgl. Hedtke 2012: 7–11.

Grundsätzlich agieren Lobbyisten bevorzugt auf der Hinterbühne, Entscheidungsträger, Wissenschaftler und Journalisten lassen sich ungern beim Entgegennehmen und Entgegenkommen beobachten. Deshalb kann man Aktivitäten nur für die zugängliche Vorderbühne einigermaßen gut nachweisen – Einfluss- und Erfolgreiche können aber unbemerkt den Hintereingang nutzen⁹³. Die Frage, welchen effektiven Einfluss Wirtschaftslobbyismus auf die Bildungspolitik entfaltet, lässt sich also nicht generell und undifferenziert beantworten⁹⁴.

Lobbying richtet sich an *Adressaten* wie Schuldezernenten, Schulämter, Schulleiter, Fachleiter und Abteilungsleiter ebenso wie an die einzelne Lehrkraft, die in irgendeiner Form an organisierte Interessen gebundene Experten in ihren Unterricht einlädt oder sie dort agieren lässt. Lobbyisten suchen einerseits politischen Einfluss „abseits der öffentlichen Aufmerksamkeit“⁹⁵; dies betrifft einen erheblichen Teil der Lobbyaktivitäten in der ökonomischen Bildung. In diesem Lobbyfeld kommunizieren die Akteure andererseits ihre Aktivitäten, wenn sie den Eindruck erwecken können, uneigennützig und bildungsdienlich zu sein. Die Finanzindustrie dringt in den Unterricht ein, Energiekonzerne beeinflussen die universitäre Lehrerbildung, etwa die Stiftung My Finance Coach mittels Material und Personal oder der RWE-Konzern durch Kooperationsseminare und Geldzuwendungen an Professuren in der Lehrerbildung. In der politisch-pädagogischen Praxis der ökonomischen Bildung vermischen sich Lobbying, Public Relations, Sponsoring und Werbung.

⁹³ Aufschlussreiche quantitative Analysen über Interessengruppen auf der Vorderbühne der europäischen Politik findet man bei Klüver 2009, Klüver 2011, Klüver 2012b. Netzwerkanalysen zeigen, dass das Ausmaß der personellen Verflechtungen zwischen Unternehmensverbänden und Bundestagsmitgliedern in Theorie und Öffentlichkeit überschätzt wird, da heute auf diesem Wege die verbandlich gewünschten Politikergebnisse nicht mehr erreicht, sondern nur noch die „Türöffner- bzw. Prestigefunktion“ gesichert werden können (Schmid 2009: 343-344, 346-348). Differenziert bewerten muss man auch Lobbyismuseffekte bei der EU (z. B. Woll 2006).

⁹⁴ Die unterschiedlichen Ansätze zur Analyse des Einflusses von Interessengruppen auf policy-Prozesse zeigt z. B. Eising 2008 für die EU.

⁹⁵ Leif/Speth 2006b: 19; vgl. zur Analyse von Lobbyismus als „Schattenpolitik“ „im Sinne vielfältiger Abschattungen“ und zur nötigen Transparenz Alemann/Eckert 2006.

4 Kompensatorische ökonomische Bildung

Formulieren wir ein Fazit für die real existierende ökonomische Bildung und die politisch projektierte ökonomistische Bildung. Gemessen an den bildungspolitischen Ressourcen, Zugängen zur Schule und Lenkungsmöglichkeiten gegenüber Lehrenden und Lernenden dominieren die Unternehmen und ihre Interessenvertretungen. Das illustriert beispielsweise die Finanzindustrie: in den Schulen allgegenwärtig sind Banken, Versicherungen und My Finance Coach, ausgeschlossen bleiben Finance Watch, Attac oder Occupy:Frankfurt. Keine andere Interessengruppierung – vielleicht mit Ausnahme der christlichen Kirchen – genießt auch nur annähernd den hohen Durchdringungsgrad bei Bildungs- und Schulpolitik, Schulen und Unterricht, den die Kammern, Unternehmer- und Arbeitgeberverbände samt ihrer Vorfeldorganisationen erreicht haben. Es ist eine merkwürdige Koinzidenz, dass Kirche und Kapital einen privilegierten Zugang zu Schulen haben.

Verglichen mit dieser starken Stellung von Kapitalinteressen in Schule und Unterricht sehen sich Arbeitsinteressen, Arbeitnehmerperspektiven und ihre Lobbyorganisationen in eine marginalisierte Nische gedrängt. Auch arbeitsmarktseitig, wirtschafts-, steuer-, sozial- und gesellschaftspolitisch befinden sich viele Arbeitnehmergruppen durch die Globalisierung in einer zunehmend schwächeren Position, insbesondere in Relation zum Finanzkapital als großem Globalisierungsgewinner⁹⁶. Die strukturelle Asymmetrie zulasten abhängig Beschäftigter vertieft sich, Arbeitnehmerinteressen verwandeln sich vermehrt in schwache Interessen. Vergleichsweise sind sie aber immer noch stärker als Interessen jenseits des politisch starken Feldes Wirtschaft und Arbeit: etwa, Entwicklung, Nachhaltigkeit, Datenschutz, Generationengerechtigkeit, Tiere und Umwelt oder Flüchtlinge, Migranten, Alte, Arme, Pflegebedürftige, Kinder, Kranke, Wohnungslose und Konsumenten⁹⁷.

Durch die Agenda des vorherrschenden Politik-, Advocacy- und Diskursnetzwerks der ökonomischen Bildung und durch seinen großen medialen und politischen Einfluss geraten arbeitnehmerorientierte sowie nicht-wirtschaftliche Interessen, Situationen, Probleme und Perspektiven auch in den Schulen weiter unter Druck. Die Revisionsprogrammatik der ökonomistischen Bildung verschärft diese Schieflage in zweifacher Hinsicht.

Zum einen bevorzugt sie neoklassische und neoliberale, angebotsorientierte, staats- und sozialstaatskritische wissenschaftliche und politische Positionen⁹⁸. Durch ihr disziplinär und paradigmatisch einseitiges Programm und durch die konkreten Koalitionen, die sie mit Unternehmen, deren Verbänden und Vorfeldorganisationen eingeht, trägt diese Art ökonomischer Bildung die diskursive Dominanz von Unternehmerinteressen und konservativ-

⁹⁶ Vgl. Clement/Nowak/Ruß/Scherrer 2010: 12–13.

⁹⁷ Borrmann/Effinger/Gahleitner/Kraus/Köttig/Stövesand 2012, Clement/Nowak/Ruß/Scherrer 2010.

⁹⁸ Engartner/Krisanthan 2013, Famulla 2011, Hedtke 2011.

wirtschaftsliberaler Politik auch in die Schulen. Sie liefert den Lernenden die Legitimationsnarrative, fördert die Anerkennung dieser Interessenlagen und Programme und stärkt diese politische Positionen, indem sie sie schulisch und unterrichtlich privilegiert und legitimiert⁹⁹.

Zum anderen verschärft sie durch ihr rationalistisches und individualistisches Weltbild (*homo oeconomicus*), ihre Überhöhung von persönlichem Erfolg (Individualleistungsfiktion) und ihre Erziehung zu kalkulativer Alltagskultur (Opportunitätskostenkalkül) nicht nur den Selbstökonomisierungsdruck, der auf den Lernenden lastet. Sondern sie individualisiert, legitimiert und entpolitisiert auch die Problemlagen und prekären Lebensverhältnisse, die die Lernenden aus ihrer Perspektive als zukünftige Arbeitnehmerinnen als eine potenzielle Bedrohung oder als ein wahrscheinliches Szenario wahrnehmen.

Was kann man tun, um dem Lobbying in der ökonomischen Bildung Einhalt zu gebieten?¹⁰⁰

Welche Interessen stark und welche schwach sind, lässt sich nur feldspezifisch feststellen. Im Feld der ökonomischen Bildung gehören Arbeitnehmerinteressen (und noch mehr nicht-wirtschaftliche Interessen) zur Kategorie der schwachen Interessen; tendenziell gilt das auch für das Feld der Wirtschaftswissenschaften¹⁰¹. Ob dies auch für die Felder Medien und Politik zutrifft, können wir hier offenlassen.

Wie dem auch sei, die Bildungspolitik muss sicherstellen, dass die *im Bildungssystem* schwachen Interessen in Schule und Unterricht besser zum Zuge kommen als die starken Interessen der unternehmerischen Privatwirtschaft. In den Debatten um Public Governance erscheinen kompensatorische Politiken im Fall schwacher Interessen als gängiges normatives Postulat¹⁰². Die bessere Berücksichtigung und Ausstattung schwacher Interessen lässt sich aus deliberativer und aus pluralismustheoretischer Sicht begründen¹⁰³. Auch der ungebremst um sich greifende Lobbyismus spricht für kompensatorische Ansätze, denn „starke Interessen werden in diesem Prozess stärker, schwächere Interessen noch schwächer“¹⁰⁴.

Deshalb braucht man in der ökonomischen Bildung an Schulen eine kompensatorisch ansetzende sozio-ökonomische Bildung, die schwache Interessen bevorzugt zur Sprache

⁹⁹ Vgl. dazu die Analyse von *legitimizing narratives* am Beispiel des Felds Konsum bei Trumbull 2012 und Trumbull 2009.

¹⁰⁰ Ich verzichte hier auf die Darstellung dessen, was fachdidaktischer Ansätze vorschlagen; meist setzen sie auf einen multiperspektivischen (Arbeitgeber, Arbeitnehmer, Konsument, usw.), selten auf einen lobby- und interessenkritischen Unterricht.

¹⁰¹ Z. B. für Arbeitnehmerinteressen in der sich als praktisch-normativ verstehenden und an das Management richtenden Betriebswirtschaftslehre, vgl. Wächter/Metz 2010, Freimann 2006.

¹⁰² Vgl. Bormann/Effinger/Gahleitner/Kraus/Köttig/Stövesand 2012, Clement/Nowak/Ruß/Scherrer 2010.

¹⁰³ Z. B. Dryzek/Niemeyer 2008, Dahl 1971.

¹⁰⁴ Leif 2012: 184.

kommen lässt. Erreichen muss man eine *advokatorische Asymmetrie* zugunsten schwacher Interessen. Das wird nur sehr schwer gegen die hier beschriebenen Machtverhältnisse und gegen die etablierten Positionen der Partnerschaften mit Unternehmen und Verbänden an Schulen politisch durchzusetzen sein. Nichtsdestotrotz bleibt es notwendig, denn derzeit kaschiert die schöne Idee der Öffnung der Schule das schnöde Faktum ihrer Ökonomisierung. Das passt zur „Ökonomisierung aller politischen Felder“, die der Lobbyismus in der Berliner Republik seit der Jahrtausendwende erreicht hat¹⁰⁵.

In einem ersten Schritt gehören grundsätzlich *alle* schulbezogenen Formen von Lobbying durch Unternehmen und ihre Verbände samt der Vielzahl von Kooperationen unterschiedlichster Art unvoreingenommen auf den Prüfstand. Um die nötige Distanz zu gewinnen, empfiehlt sich die pauschale Ausgangsannahme, dass diese Aktivitäten *nicht* legitim sind. Denn „Lobbyismus ist eine Macht ohne Legitimation“, „die gezielt intransparent vorgeht“¹⁰⁶. Wirtschaftslobbyisten agieren schon überall dort, wo die Lernenden keinerlei Zugang haben (und meist *gegen* die Interessen der Lernenden als abhängig Beschäftigte, Konsumentin oder Anlegerin). Man darf ihnen nicht auch noch bereitwillig die Klassenzimmer öffnen.

Die mit Schulen kooperierenden Unternehmen und Verbände verfolgen überwiegend bildungsfremde Ziele wie Affirmation und Akzeptanz, Außendarstellung, Öffentlichkeitsarbeit und Personalgewinnung. Verbände sowie mittlere und große Unternehmen sind zudem strategiefähig, die Schulen meistens nicht. Beides bedroht und bedrängt eine ökonomische Bildung, die sich *als Aufklärung* im Interesse der Lernenden versteht. Auch kann man keine inhaltliche Stoppregele für den Lobbyistenzugang zu Schulen definieren, in allen Fächern findet man viele Lerngegenstände, für die sich externe Experten berufen fühlen.

Deshalb braucht man belastbare und trennscharfe Kriterien, was in welcher Form an Schulen legitim sein soll. Für Stiftungen beispielsweise kann man eine vorläufige Faustregel festlegen: Stiftungen, deren Aktivitäten eine Affinität zu den wirtschaftlichen und politischen Interessen der Stifter aufweisen, haben in Schulen nichts zu suchen. Das klassische Beispiel ist die Stiftung My Finance Coach, die in Schulen und Lehrerseminaren finanzielle Allgemeinbildung betreiben will. Sie wird überwiegend von der Allianz AG finanziert – und von einer Reihe von Bildungsministerien hofiert.

Systematisch und sorgfältig muss man prüfen, ob alle Interessenorganisationen und Interessenten im Feld der ökonomischen Bildung schematisch gleich zu behandeln sind. Muss man *mit Blick auf Bildung* Unterschiede zwischen den – allgemein betrachtet – mehr oder

¹⁰⁵ Leif/Speth 2006a: 352-354, zit. 353.

¹⁰⁶ Leif/Speth 2006a: 351.

weniger berechtigten Interessen an einer Repräsentation in Schule und Unterricht machen?

Die normative Leitidee einer kompensatorischen Förderung schwacher Interessen spricht gegen eine Gleichbehandlung, die diskursive Dominanz von Kapitalinteressen in den Medien und Öffentlichkeit auch. Dort schwach oder gar nicht vorkommende Interessen hätten dann womöglich ein Recht auf kommunikative Kompensation im Unterricht, etwa durch ausführlichere Thematisierung. Man braucht wenig Fantasie, um sich vorzustellen, auf welch massiven Widerstand dies von Seiten der derzeit in den Schulen privilegierten Interessengruppen und ihre bildungspolitischen Verbündeten im Politiknetzwerk der ökonomischen Bildung stoßen wird. Dennoch muss man diese Problematik angehen.

Vernetzung und Verfilzung von wirtschaftlichen Interessen und Schulen haben ein unüberschaubares Maß erreicht. Das liegt im Bildungssystem wie im politischen System wesentlich daran, dass das Lobbying sich und seine Erfolge „gezielt einer öffentlichen Beobachtung und Kontrolle entzieht“¹⁰⁷. Die Bildungspolitik hat Schulen und Unterricht direkt oder indirekt kommerziellen Interessen geöffnet. Schule und Bildung haben den Status pädagogischen Freiraums längst verloren, heute wirken sie wie Verkaufsräume. Pointiert kann man sagen: Die Politik hat die Bildung im Kapitalismus zur kapitalistischen Bildung deformiert. Im Zuge der „Öffnung von Schule“ erweist sich die Bildungspolitik als orientierungslos nach allen Seiten offen. Besonders hemmungslos geht sie dem Lobbying, Sponsoring und Networking in der ökonomischen Bildung auf den Leim. Denn die Interessenten aus der Wirtschaft gerieren sich gerne als Förderer des Wohls der Lernenden und der Allgemeinheit.

Deshalb sollte man als analytischen Ausgangspunkt die Regel setzen, dass Interessenvertreter und ihre Materialien aus der ökonomischen Bildung an allgemeinbildenden Schulen fernzuhalten sind. Die prinzipielle Leitlinie lautet: Schule ist lobbyfreier Raum. Es sei denn – so die erste Ausnahme –, man arrangiert Lobbyistenbesuche im Sinne von Bildung als Aufklärung als Exempel, an denen die Lernenden Kritikfähigkeit an Kapital und Kommerz und anderen Interessen entwickeln und ihre Selbstbestimmung gegenüber den allgegenwärtigen Manipulationsversuchen von Unternehmen und Lobbys stärken. Dann allerdings, so steht zu vermuten, wird das Interesse der Wirtschaft an „Wirtschaft in die Schule“ nachhaltig nachlassen.

Diese Leitlinie gesetzt, kann man dann differenzieren und konkreter für *absolute Ausnahmefälle* über solche Zulassungskriterien und Zugangsformen diskutieren, die die Lehrkräfte als professionelle *gate keeper* stärken, den Lobbyistendruck auf die Schulen schwächen und die den Lernenden ermöglichen, in kritischer Distanz und Reflexion eine eigenständige

¹⁰⁷ Leif/Speth 2006a: 353.

Position zu entwickeln. Das wird nicht einfach, da Lobbys naturgemäß nach Möglichkeiten suchen, die Regeln zu umgehen. So eignet sich etwa die Berufsorientierung gut als Trojanisches Pferd für die unbemerkte Einschleusung von Interessen. Dennoch macht sie ganz ohne die Beteiligung von Unternehmen keinen Sinn.

Wie in der Politik insgesamt tragen auch im bildungspolitischen Raum die Politiker und die Ministerialbürokratie die Verantwortung für die lobbyistische Landnahme der Schulen. Lobbyisten und Politiker sind nicht nur „de facto Partner in einer symbiotischen Beziehung“, sondern „alle Initiativen zur Kontrolle, Begrenzung oder Einhegung des Lobbyismus wurden bislang von Politik und Parlament torpediert“¹⁰⁸. Da sich Landesregierungen auch als Wirtschaftsförderer verstehen, kann man von Bildungspolitik und Bildungsbürokratie nicht allzu viel Begeisterung im Kampf gegen schulischen Wirtschaftslobbyismus erwarten.

Für das Bildungssystem muss deshalb ein Ethik-Kodex für den Zugang zu Schulen durch Interessenten und Interessengruppen entwickelt werden¹⁰⁹. Der darf asymmetrische Machtverhältnisse nicht ignorieren, sondern muss die Partizipationschancen der schwachen Interessen in Schule und Unterricht *bevorzugt* stärken¹¹⁰.

Seine Einhaltung muss eine starke, von Politik und Lobbyismus unabhängige Ethik-Kommission prüfen. Verstöße muss sie veröffentlichen. Zur Transparenz gehört auch, dass die Lobbyakteure über Verflechtungen mit anderen Akteuren, Aktivitäten und personelle sowie finanzielle Ressourcen öffentlich detailliert berichten. Womöglich noch wichtiger sind klare Regeln für Bildungsministerien, Bildungsbehörden und Schulleitungen – denn sie allein verschaffen den Lobbyisten die erwünschten Erfolge – und absolute Transparenz über die Beziehungen zu den zahlreichen Lobbyisten. Eine klare Regel könnte lauten, dass Lobbyisten sich in keiner Form aktiv an Schulen wenden dürfen, sondern dass die Schule selbst aktiv werden muss, wenn sie z. B. Expertenbesuche für sinnvoll hält.

Wir brauchen ein „Lobbyregister ökonomische Bildung“, eine „Lobbybeauftragte“ der Bildungsministerien und eine fortlaufende Berichterstattung „Lobbyismus an Schulen“. Denn das ubiquitäre Wirtschaftslobbying bewirkt eine schleichende Aushöhlung demokratischer Bildung und eine Privatisierung der Schule. Eine demokratische Gesellschaft kann nicht darauf verzichten, wenn sie ihre oligarchischen und plutokratischen Tendenzen im Zaum halten will. „Denn Pluralismus funktioniert nur auf Grundlage von Kontrolle, Transparenz, Öffentlichkeit und Beteiligung“¹¹¹.

¹⁰⁸ Leif 2012: 197.

¹⁰⁹ Einige der folgenden Vorschläge in Anlehnung an Leif/Speth 2006a: 354 und Leif 2012: 194–197; vgl. auch Kamella 2013: 14–15.

¹¹⁰ Als allgemeine, nicht bildungsbereichsspezifische Forderung bei Leif/Speth 2006b: 16.

¹¹¹ XXXXX Leif 2012: 184. XXXXXWie Fn. 104.

Auf einer *pragmatischeren* Ebene muss von externen Interessenten für Schulen erstelltes oder dorthin adressiertes Material vollständig transparent deklariert sein: Wer hat es verfasst? Zu welcher Organisation gehören die Verfasser? Wer finanzierte es und mit welcher Summe? Wer steht hinter den Geldgebern? Welche Unternehmen oder Verbände sind die Auftraggeber? Alles Material muss diese Informationen den Lehrenden und Lernenden gegenüber offenlegen, sonst dürfen Schulen es nicht im Unterricht verwenden. Über genaue Regeln dafür muss man nachdenken. Sie müssen möglichst einfach sein und möglichst weitgehend verhindern, dass die Lobbyisten die übliche Camouflage weiterbetreiben können.

Für alles, was in die Schulen dringt, muss ein strenges Transparenzgebot gelten¹¹². Nur radikale politische, personelle und finanzielle Transparenz kann den Lobbyismus in der ökonomischen Bildung wenigstens ein wenig bremsen.

Regeln zum Lobbyismus entstehen nicht im politisch neutralen Raum, sondern unter dem Einfluss von Lobbyisten. Tendenziell dominieren hier wieder die Kapitalinteressen, die insgesamt von einer für sie frei zugänglichen Schule profitieren. Deshalb braucht man einen langen Atem und eine große Koalition, um das Lobbying und die Dominanz der Kapitalinteressen in den Schulen zurückzudrängen. Das heutige „Haus der Bildung“ muss wohl noch lange auf eine *säkularisierte* Wiederholung der biblischen Geschichte warten: „Und Jesus ging zum Tempel Gottes hinein und trieb heraus alle Verkäufer und Käufer im Tempel und stieß um der Wechsler Tische und die Stühle der Taubenkrämer und sprach zu ihnen: Es steht geschrieben: ‚Mein Haus soll ein Bethaus heißen‘; ihr aber habt eine Mördergrube daraus gemacht“ (Matthäus 21, 12-13).

¹¹² Zur allgemeinen Forderung nach Transparenz z. B. Redelfs 2006 und Alemann/Eckert 2006: 9.

Literatur

- Alemann, Ulrich von (1987): Organisierte Interessen in der Bundesrepublik. Opladen.
- Alemann, Ulrich von / Eckert, Florian (2006): Lobbyismus als Schattenpolitik, in: Aus Politik und Zeitgeschichte (15-16/2006), S. 3–10.
- Becker-Brüser, Wolfgang (2010): Objektive Forschung der Pharmaindustrie ist nicht möglich, in: Zeitschrift für Evidenz, Fortbildung und Qualität im Gesundheitswesen 104 (3/2010), S. 183–189.
- Behrens, Martin (2010): Strukturen der Interessenvertretung in den Verbänden der Wirtschaft, in: Schroeder / Wessels, S. 148–168.
- Bell, C. M. (2006): Bias in published cost effectiveness studies: systematic review, in: BMJ [früher British Medical Journal] 332 (7543/2006), S. 699–703.
- Berger, Jens (2013): FAZ-Ökonomenranking - ein Armutszeugnis für die Massenmedien, in: NachDenkSeiten vom 11. September 2013. Online: <http://www.nachdenkseiten.de/?p=18581> besucht am 26.10.2014.
- Borrmann, Stefan / Effinger, Herbert / Gahleitner, Silke Birgitta / Kraus, Björn / Köttig, Michaela / Stövesand, Sabine (Hg.) (2012): Diversität und Soziale Ungleichheit. Analytische Zugänge und professionelles Handeln in der Sozialen Arbeit. Leverkusen.
- Bröckling, Ulrich (2007): Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt am Main.
- Bührer, Werner (2010): Geschichte und Funktion der deutschen Wirtschaftsverbände, in: Schroeder / Wessels, S. 43–65.
- Çalışkan, Koray / Callon, Michel (2009): Economization, part 1. Shifting attention from the economy towards processes of economization, in: Economy and Society 38 (3/2009), S. 369–398.
- Clement, Ute / Nowak, Jörg / Ruß, Sabine / Scherrer, Christoph (Hg.) (2010): Public Governance und schwache Interessen. Wiesbaden.
- Dahl, Robert A. (1971): Polyarchy. Participation and opposition. New Haven (Conn.), u. a.
- Deutschmann, Christoph (2002): Postindustrielle Industriesoziologie. Theoretische Grundlagen, Arbeitsverhältnisse und soziale Identitäten, Weinheim.
- Dörre, Klaus (2010): Überbetriebliche Regulierung von Arbeitsbeziehungen, in: Fritz Böhle / G. Günter Voß / Günther Wachtler (Hg.), Handbuch Arbeitssoziologie, Wiesbaden, S. 873–921.
- Doucet, M. / Sismondo, S. (2008): Evaluating solutions to sponsorship bias, in: Journal of Medical Ethics 34 (8/2008), S. 627–630.

- Dryzek, John S. / Niemeyer, Simon (2008): Discursive Representation, in: American Political Science Review 102 (04/2008), S. 481.
- Dryzek, John S. (2009): Democratization as Deliberative Capacity Building, in: Comparative Political Studies 42 (11/2009), S. 1379–1402.
- Eising, Rainer (2008): Interest groups in EU policy-making, in: Living Reviews in European Governance 3 (4/2008). Online: <http://www.livingreviews.org/lreg-2008-4> besucht am 26.10.2014.
- Engartner, Tim (2019): Wie DAX-Unternehmen Schule machen. Lehr- und Lernmaterial als Türöffner für Lobbyismus (OBS-Arbeitsheft). Frankfurt am Main. https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH100_Lobbyismus_Schule.pdf
- Engartner, Tim / Krisanthan, Balasundaram (2013): Ökonomische Bildung im sozialwissenschaftlichen Kontext – oder: Aspekte eines Konzepts so zu-ökonomischer Bildung, in: Gesellschaft, Wirtschaft, Politik 62 (2/2013), S. 243–256. <https://budrich-journals.de/index.php/gwp/article/view/13763/11938>
- Engartner, Tim / Balasundaram, Krisanthan (2014): Einfallstor Schule. Wie Unternehmen und Stiftungen mit Unterrichtsmaterialien werben. In: WestEnd, 2/2014, S. 141–153.
- Famulla, Gerd-E. (2011): "Weil sich die Lebenswelt ökonomisiert ...". Ökonomische Bildung aus Sicht der Wirtschaftsverbände. Bielefeld.
- Famulla, Gerd-E. (2017): Zum Funktionswandel ökonomischer Bildung. Vom „Homo oeconomicus“ zum „unternehmerischen Selbst“ (Didaktik der Sozialwissenschaften, Working Papers, 5). Bielefeld. <https://pub.uni-bielefeld.de/record/2912128>
- Fischer, Andreas / Zurstrassen, Bettina (Hg.) (2014): Sozioökonomische Bildung. Bonn.
- Flossbach von Storch Stiftung (Hg.) (2021): Loerwald, Dirk / Piechotta, Stephan / Bode, Dennis: Die OeBiX-Studie. Zum Stand der Ökonomischen Bildung in Deutschland. Abschlussbericht. Köln.
- Flossbach von Storch Stiftung (2024): Die OeBiX-Studie: Aktualisierung und Vertiefung zum Stand der Ökonomischen Bildung. o.O. [Köln]. <https://www.flossbachvonstorch-stiftung.de/projekte/oebix-studien/index>
- Freimann, Jürgen (2006): Vom Kommen und Gehen alternativer betriebswirtschaftlicher Ansätze, in: Hildebrand Ptak (Hg.), Betriebswirtschaftlicher Wandel in Deutschland. Festschrift für Horst-Günter Ptak, Hamburg, S. 61–88.
- Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) (2012): SaSch - Mitglieder-Onlinebefragung zur Situation an Schulen. Sonderauswertung Kooperationsbeziehungen zu außerschulischen Partnern nach Schulformen. Frankfurt am Main.
- Gökbudak, Mahir (o.J. [2016]): Schülerbetriebspraktikum in Deutschland. Eine Studie zu den formalen Bedingungen des Schülerbetriebspraktikums an allgemeinbildenden Schulen in Deutschland. O.O [Bielefeld].

Gökbudak, Mahir / Hedtke, Reinhold (2018): Wirtschaft gut - Politik mangelhaft. Ökonomische und politische Bildung in der Sekundarstufe I in Nordrhein-Westfalen (Didaktik der Sozialwissenschaften, Working Papers, 8). Bielefeld. <https://pub.uni-bielefeld.de/record/2932554>

Gökbudak, Mahir / Hedtke, Reinhold (2020): 3. Ranking Politische Bildung. Politische Bildung an allgemeinbildenden Schulen der Sekundarstufe I im Bundesländervergleich 2019 (Didaktik der Sozialwissenschaften, Working Papers, 11). Bielefeld. https://www.pedocs.de/volltexte/2020/19456/pdf/Goekbudak_Hedtke_2020_Ranking_Politische_Bildung_2019.pdf

Groser, Manfred / Sack, Detlef / Schroeder, Wolfgang (2010): Die Industrie- und Handelskammern im politischen System Deutschlands, in: Schroeder / Wessels, S. 66–84.

Hedtke, Reinhold (2011): Wem gehört die ökonomische Bildung? Eine Einführung, in: Möller / Hedtke, S. 7–27.

Hedtke, Reinhold (2012): Die Wirtschaft in der Schule. Agendasetting, Akteure, Aktivitäten. Bielefeld. https://www.pedocs.de/volltexte/2025/32231/pdf/Hedtke_2012_Die_Wirtschaft_in_der_Schule.pdf

Hedtke, Reinhold (2013): Arbeitswelt und Schule. Perspektiven sozialwissenschaftlicher Bildung. In: Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft, Hauptvorstand (Hg.): Arbeitsweltorientierung und Schule. Eine Querschnittsaufgabe für alle Klassenstufen und Schulformen. Bielefeld, S. 43–66.

Hedtke, Reinhold (2014): Was ist sozio-ökonomische Bildung? Perspektiven einer pragmatischen fachdidaktischen Philosophie, in: Andreas Fischer / Bettina Zurstrassen (Hg.), Sozioökonomische Bildung. Bonn, S. 81–187.

Hedtke, Reinhold (2022): Die AfD, alternative Fakten und exzessive Forderungen nach ökonomischer Bildung. sowi-online Blogbeitrag. Bielefeld. <https://www.sowi-online.de/blog/afd-alternative-fakten-exzessive-forderungen-nach-%C3%B6konomischer-bildung.html>

Hedtke, Reinhold (2025): Kämpfe um die ökonomische Bildung. Die Invisibilisierung von wissenschaftlichen Kontroversen als politische Strategie. In: Höhne, Thomas / Ntonti, Antigoni (Hg.): Ein ökonomisches Wissen für alle? Deutungskämpfe und Akteure im Feld der sozio-ökonomischen Bildung. Weinheim (i.E.).

Hedtke, Reinhold / Uppenbrock, Carolin (2011): Atomisierung der Stundentafeln? Schulfächer und ihre Bezugsdisziplinen in der Sekundarstufe I. Bielefeld. <https://pub.uni-bielefeld.de/record/2464451>

Heins, Volker (2006): Der unsichtbare Händedruck. Einwände gegen Lobbying, in: Leif / Speth, S. 69–77.

Henneberger, Fred (2010): Zentrale Theorien und etwas Empirie zur Analyse des kollektiven Handelns von Unternehmen, in: Schroeder / Wessels, S. 126–146.

Hirsch-Kreinsen, Hartmut (2008): Lohnarbeit, in: Andrea Maurer (Hg.), Handbuch der Wirtschaftssoziologie. Wiesbaden, S. 268–290.

Hirschman, Albert Otto (2004): Abwanderung und Widerspruch. Reaktionen auf Leistungsabfall bei Unternehmungen, Organisationen und Staaten. Tübingen.

Inhetveen, Katharina (2008): Macht, in: Nina Baur / Hermann Korte / Martina Löw / Markus Schroer (Hg.), Handbuch Soziologie. Wiesbaden, S. 253–272.

Janning, Frank / Leifeld, Philip / Malang, Thomas / Schneider, Volker (2009): Diskursnetzwerkanalyse. Überlegungen zur Theoriebildung und Methodik, in: Schneider / Janning / Leifeld / Malang, S. 59–92.

Kamella, Felix (2013): Lobbyismus an Schulen. Ein Diskussionspapier über Einflussnahme auf den Unterricht und was man dagegen tun kann. Köln. https://www.lobbycontrol.de/wp-content/uploads/Lobbyismus_an_Schulen.pdf

Kaminski, Hans / Eggert, Katrin (2008): Konzeption für die ökonomische Bildung als Allgemeinbildung von der Primarstufe bis zur Sekundarstufe II. Berlin. https://web.archive.org/web/20220523151038/https://bankenverband.de/media/files/Konzeption_fuer_die_oekonomische_Bildung.pdf

Keller, Reiner (2005): Wissenssoziologische Diskursanalyse. Grundlegung eines Forschungsprogramms. Wiesbaden.

Kerr, David / Elzawawy, Ahmed (2012): Manufacturer sponsorship bias in economic analyses matters, in: Nature reviews 9 (6/2012), S. 309–310.

Klüver, Heike (2012a): Die Macht der Informationen. Eine empirische Analyse von Lobbying-erfolg in der Europäischen Union, in: Politische Vierteljahresschrift 53 (2/2012), S. 211–239.

Klüver, Heike (2009): Measuring Interest Group Influence Using Quantitative Text Analysis, in: European Union Politics 10 (4/2009), S. 535–549.

Klüver, Heike (2011): The contextual nature of lobbying: Explaining lobbying success in the European Union, in: European Union Politics 12 (4/2011), S. 483–506.

Klüver, Heike (2012b): Lobbying as a collective enterprise: winners and losers of policy formulation in the European Union, in: Journal of European Public Policy (2012), S. 1–18.

Klüver, Heike (2012c): Biasing Politics? Interest Group Participation in EU Policy-Making, in: West European Politics 35 (5/2012), S. 1114–1133.

Kohlenberg, Kerstin / Musharbash, Yassin (2013): Die gekaufte Wissenschaft. Unternehmen bestellen Studien, engagieren Professoren und finanzieren ganze Institute, die in ihrem Sinne forschen. An den Universitäten ist die Wirtschaft zu einer verborgenen Macht herangewachsen, in: Die Zeit, Nr. 32 vom 1. August 2013, S. 13–15. Online: <http://www.zeit.de/2013/32/gekaufte-wissenschaft> besucht am 26.10.2014.

Krell, Gertraude (2013): Wie und mit welchen Machtwirkungen werden Wirtschaft(ende) und Arbeit(ende) fabriziert? Inspektionen von Ökonomie aus diskurs- und dispositivanalytischen Perspektiven, in: Maeße, S. 213–240.

Kutter, Amelie (2013): Totgesagte leben länger. Die Fortschreibung ökonomischer Ordnung in Krisenlektionen der deutschen Finanzpresse, in: Maeße, S. 95–120.

Lang, Achim (2009): Wirtschaftsverbände zwischen Kooperation und Wettbewerb. Ein Vergleich deutscher, britischer und spanischer Verbandsökologien im I&K-Sektor, in: Schneider / Janning / Leifeld / Malang, S. 201–224.

Leif, Thomas / Speth, Rudolf (Hg.) (2003): Die stille Macht. Lobbyismus in Deutschland, Wiesbaden.

Leif, Thomas / Speth, Rudolf (2003a): Anatomie des Lobbyismus. Einführung in eine unbekannte Sphäre der Macht, in: Leif / Speth, S. 7–32.

Leif, Thomas / Speth, Rudolf (2003b): Lobby-Kampagnen. Zur Kolonisierung der Öffentlichkeit, in: Leif / Speth, S. 357–364.

Leif, Thomas / Speth, Rudolf (Hg.) (2006): Die fünfte Gewalt. Lobbyismus in Deutschland, Wiesbaden.

Leif, Thomas / Speth, Rudolf (2006a): Zehn zusammenfassende Thesen zur Anatomie des Lobbyismus in Deutschland und sechs praktische Lösungsvorschläge zu seiner Demokratisierung, in: Leif / Speth, S. 351–354.

Leif, Thomas / Speth, Rudolf (2006b): Die fünfte Gewalt - Anatomie des Lobbyismus in Deutschland, in: Leif / Speth, S. 10–36.

Leif, Thomas (2012): Souveränitätsverzicht der Politik und Bedeutungsverlust der Parlamente. Lobbyismus als Schatten-Management widerspricht dem Prinzip des Pluralismus, in: Manuela Glaab / Karl-Rudolf Korte (Hg.), Angewandte Politikforschung. Eine Festschrift für Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Weidenfeld. Wiesbaden, S. 179–198.

Lesch, Hagen (2010): Das Verhältnis zwischen Arbeitgeber-, Wirtschaftsverbänden und Gewerkschaften, in: Schroeder / Wessels, S. 236–259.

Lexchin, Joel (2012): Sponsorship bias in clinical research, in: The International Journal of Risk and Safety in Medicine 24 (4/2012), S. 233–242.

Lindblom, Charles E. (1977): Politics and markets. The world's political economic systems. New York.

Lösche, Peter (2006): Demokratie braucht Lobbying, in: Leif / Speth, S. 53–68.

Maeße, Jens (Hg.) (2013): Ökonomie, Diskurs, Regierung. Wiesbaden.

Malang, Thomas (2009): Zwei Logiken kollektiven Handelns? Empirische Überprüfung der Theorie sozialer Klassen anhand organisatorischen Handelns, in: Schneider / Janning / Leifeld / Malang, S. 225–244.

- Mielke, Gerd (2008): Forschungsdefizite: Die wissenschaftliche Landkarte des Lobbyismus, in: netzwerk recherche e. V. (Hg.), "In der Lobby brennt noch Licht". Lobbyismus als Schatten-Management in Politik und Medien. Wiesbaden, S. 28–37.
- Miller, David (2008): Corrupting the rules of the game. From legitimate lobbying to capturing regulations and policies, in: netzwerk recherche e. V., S. 70–78.
- Möller, Lucca / Hedtke, Reinhold (2011): Wem gehört die ökonomische Bildung? Notizen zur Verflechtung von Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Bielefeld. <https://www.fachportal-paedagogik.de/literatur/vollanzeige.html?FId=3123702>
- Möller, Lucca (2011): Vernetzt mit Wirtschaft und Politik. Eine Netzwerkskizze zu Akteuren der ökonomischen Bildung, in: Möller / Hedtke, S. 29–41.
- Münch, Richard (2011): Akademischer Kapitalismus. Zur politischen Ökonomie der Hochschulreform. Berlin.
- My Finance Coach (2012): Jahresbericht 2012. München.
- Nassehi, Armin (2012): Ökonomisierung als Optionssteigerung. Eine differenzierungstheoretische Perspektive, in: Soziale Welt 63 (4/2012), S. 401–418. <https://www.nomos-elibrary.de/de/10.5771/0038-6073-2012-4-401.pdf>
- netzwerk recherche e. V. (Hg.) (2008): „In der Lobby brennt noch Licht“. Lobbyismus als Schatten-Management in Politik und Medien. Wiesbaden. <https://netzwerkrecherche.org/files/nr-werkstatt-12-lobbyismus-als-schatten-management-in-politik-und-medien.pdf>
- Offe, Claus (2006): Strukturprobleme des kapitalistischen Staates. Aufsätze zur Politischen Soziologie. Frankfurt/Main, New York.
- Offe, Claus und Helmut Wiesenthal (1980): Two Logics of Collective Action. Theoretical Notes on Social Class and Organizational Form. In: Political Power and Social Theory 1 (1/1980), S. 67–115.
- Ohm, Anna Katharina (2009): Die Machtstruktur kommunaler Entscheidungsträger. Eine Netzwerkanalyse, in: Schneider / Janning / Leifeld / Malang, S. 285–303.
- Olson, Mancur (2004/1965): Die Logik des kollektiven Handelns. Kollektivgüter und die Theorie der Gruppen. Tübingen, 5. Aufl.
- Plickert, Philip / Bernau, Patrick (2013): F.A.Z.-Ökonomenranking: Auf diese Wirtschaftsforscher hört das Land, in: Frankfurter Allgemeine, faz.net vom 4. September 2013. Online: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftswissen/f-a-z-oekonomenranking-auf-diese-wirtschaftsforscher-hoert-das-land-12559556.html> besucht am 26.10.2014.
- Redelfs, Manfred (2006): Mehr Transparenz gegen die Macht der Lobbyisten, in: Leif / Speth, S. 333–351.
- REGE (2013): Bielefelder Berufswahlkompass. Bielefeld.
- Schimank, Uwe / Volkmann, Ute (2008): Ökonomisierung der Gesellschaft, in: Andrea Maurer (Hg.), Handbuch der Wirtschaftssoziologie. Wiesbaden, S. 382–393.

Schmid, Martin (2009): Personelle Verflechtungen zwischen Unternehmensverbänden und dem Deutschen Bundestag. Analyse eines bipartiten Netzwerkes, in: Schneider / Janning / Leifeld / Malang, S. 325–352.

Schneider, Volker / Janning, Frank / Leifeld, Philip / Malang, Thomas (Hg.) (2009): Politiknetzwerke. Modelle, Anwendungen und Visualisierungen. Wiesbaden.

Schneider, Volker (2009): Die Analyse politischer Netzwerke. Konturen eines expandierenden Forschungsfeldes, in: Schneider / Janning / Leifeld / Malang, S. 7–27.

Schroeder, Wolfgang / Wessels, Bernhard (Hg.) (2010): Handbuch Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände in Deutschland. Ein Handbuch. Wiesbaden.

Schroeder, Wolfgang (2010): Geschichte und Funktion der deutschen Arbeitgeberverbände, in: Schroeder / Wessels, S. 26–42.

Schroeder, Wolfgang / Silvia, Stephen J. (2003): Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände, in: Wolfgang Schroeder / Bernhard Weßels (Hg.), Die Gewerkschaften in Politik und Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland. Ein Handbuch. Wiesbaden, S. 244–270.

Sebaldt, Martin / Straßner, Alexander (2004): Verbände in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Einführung. Wiesbaden.

Seeber, Günther / Retzmann, Thomas / Remmele, Bernd / Jongebloed, Hans-Carl (2012): Bildungsstandards der ökonomischen Allgemeinbildung. Kompetenzmodell, Aufgaben, Handlungsempfehlungen. Schwalbach am Taunus.

Speth, Rudolf (2013a): Grassroots-Campaigning: Mobilisierung von oben und unten - Einleitung, in: Speth, S. 7–26.

Speth, Rudolf (2006a): Advokatorische Think Tanks und die Politisierung des Marktplatzes der Ideen. Bonn.

Speth, Rudolf (Hg.) (2013b): Grassroots-Campaigning. Dordrecht.

Speth, Rudolf (2010a): Grenzen der politischen Kommunikation von Unternehmensverbänden, in: Schroeder / Wessels, S. 220–233.

Speth, Rudolf (2010b): Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände in Politik und Gesellschaft, in: Schroeder / Wessels, S. 260–279.

Speth, Rudolf (2006b): Wege und Entwicklungen der Interessenpolitik, in: Leif / Speth, S. 38–52.

Straßner, Alexander (2006): Funktionen von Verbänden in der modernen Gesellschaft, in: Aus Politik und Zeitgeschichte (15-16/2006), S. 10–17.

Streeck, Wolfgang (2011): The Crises of Democratic Capitalism, in: New Left Review (71/2011), S. 5–29.

Thomas, William I. / Thomas, Dorothy Swaine (2010): Die Definition der Situation, in: Sighard Neckel / Mijić / Christian von Scheve / Monica Tilton (Hg.), Sternstunden der

Soziologie. Wegweisende Theoriemodelle des soziologischen Denkens. Frankfurt am Main u. a., S. 27–28.

Trumbull, Gunnar (2012): *Strength in numbers. The political power of weak interests*. Cambridge (Mass.).

Trumbull, Gunnar (2009): *The Institutional Foundations of Diffuse Interest Representation*. Princeton.

Twombly, Renee (2007): Small Study on Industry Trial Sponsorship Leads to Big Questions About Quality and Bias, in: *JNCI Journal of the National Cancer Institute* 99 (13/2007), S. 988–990.

Univation (2010): Ergebnisberichterstattung für die Online-Befragung von Schulen in NRW des Projekts „Wir wollen: Wirtschaft für Schule in NRW“. Köln.

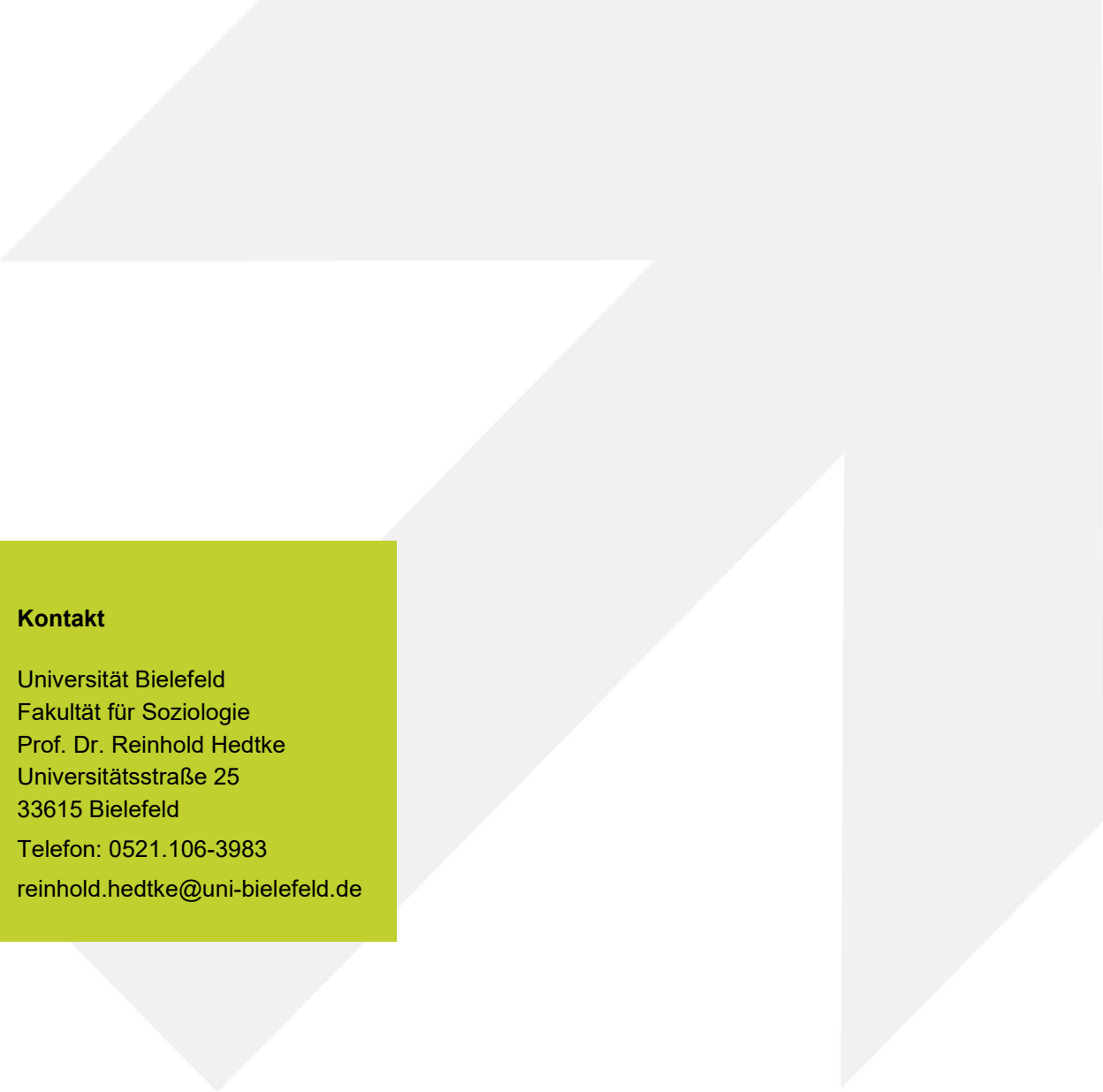
Wächter, Hartmut / Metz, Thomas (2010): Das kritische Vermächtnis der AOEWL, in: Wolfgang Baumann / Ulrich Braukmann / Winfried Matthes (Hg.), *Innovation und Internationalisierung. Festschrift für Norbert Koubek*. Wiesbaden, S. 29–44.

Willis, Lauren E. (2018): Finanzinformierte Bürger_innen, bürgerbestimmtes Finanzsystem. Ein Essay aus Anlass des International Handbook of Financial Literacy. In: *Journal of Social Science Education* 17 (1/2018), S. 77–88. <https://www.jsse.org/index.php/jsse/article/view/860>

Willis, Lauren E. (2011): The Financial Education Fallacy, in: *American Economic Review* 101 (3/2011), S. 429–434.

Willis, Lauren E. (2008): Against Financial-Literacy Education, in: *Iowa Law Review* 94 (1/2008), S. 197–286. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1105384

Woll, Cornelia (2006): Herrschaft der Lobbyisten in der Europäischen Union?, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* (15-16/2006), S. 33–38. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/29805/herrschaft-der-lobbyisten-in-der-europaeischen-union/>

A large, light gray geometric graphic consisting of several overlapping rectangular shapes with diagonal cuts, creating a stylized, abstract form that resembles a large letter 'K' or a series of nested chevrons. It is positioned in the background, partially obscured by the contact information box.

Kontakt

Universität Bielefeld
Fakultät für Soziologie
Prof. Dr. Reinhold Hedtke
Universitätsstraße 25
33615 Bielefeld
Telefon: 0521.106-3983
reinhold.hedtke@uni-bielefeld.de