

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Impulse der Wirtschaft fördern Schulen**

#### **Forschungsprojekt der Freien Universität Berlin belegt nachhaltige Wirkung von Schul sponsoring. Schulen sind offen gegenüber Engagement und Anregungen von Unternehmen**

**Berlin, 20.08.2003**, Wer sich heute an deutschen Schulen umsieht, bekommt einen sehr guten Überblick über das aktuelle Angebot an Turnschuhen. Mit dem Sport ist es allerdings nicht weit her, der steht in der Liste der beliebtesten Schulfächer weit unten. Die Folgen von Bewegungsmangel der Kinder in Deutschland stehen seit einiger Zeit bei Renate Künast, der Bundesministerin für Verbraucherschutz, ganz oben auf der Tagesordnung.

#### **Wirkungsweise von Engagement der Wirtschaft**

Auch Verbände und Unternehmen engagieren sich für einen Ausgleich der Defizite an deutschen Schulen, um mehr Bewegung in den Schulalltag zu integrieren. Ist die Zusammenarbeit von Bildung und Wirtschaft an den Bedürfnissen der Schulen ausgerichtet, hat diese eine nachhaltige Wirkung. Dies belegt eine neue Studie von Sportpädagogen der Freien Universität Berlin (FU) zum Schul sponsoring-Projekt "1000 Schulen in Bewegung" – seit acht Jahren ein Engagement der Coca-Cola Organisation.

Im Rahmen dieses Projektes unterstützen in den Sommermonaten Aktionsmobile voll mit Sport- und Spielgeräten bundesweit Schulen bei der Ausrichtung ihrer Schul- und Sportfeste. Je zwei erfahrene Sport-Animatoren zeigen Lehrern und Kindern, wie mit einfachen Geräten und Ideen Bewegung in den Schulalltag gebracht werden kann. In der Festsituation erproben die Schüler die neuen Spielideen. Die Umsetzbarkeit wird sofort veranschaulicht – so effektiv kann Lehrerfortbildung sein.

#### **Untersuchungsgegenstand**

Die Sportpädagogen Stephan Riegger und Johannes Axster der FU Berlin, wollten das Maß der nachhaltigen Wirkung des Coca-Cola Engagements herausfinden. Sie befragten 217 Schulen, die von 1999 bis 2001 an der Aktion "1000 Schulen in Bewegung" teilgenommen hatten.

#### **Weitere Informationen erteilt Ihnen gern:**

Dr. Stephan Riegger,  
Zentraleinrichtung  
Hochschulsport der Freien  
Universität Berlin Tel.: 030 /  
838-50442, E-Mail:  
[riegger@zedat.fu-berlin.de](mailto:riegger@zedat.fu-berlin.de)

#### **V.i.S.d.P.:**

Coca-Cola Projektbüro, 1000  
Schulen in Bewegung,  
Pressestelle, c/o TBWA PR  
Querverbindungen, Lydia  
Strutzberg, Bundesallee 89,  
12161 Berlin, Tel.: 030 /  
859565-0, Fax: 030 / 859565-  
11, E-Mail:  
[presse@querverbindungen.de](mailto:presse@querverbindungen.de)

#### **Ansprechpartner bei der Coca-Cola GmbH, Berlin:**

Fritz Schröder-Senker, Tel.:  
030 / 22606-9193, Fax: 030 /  
22606-9110, E-Mail:  
[fschroedersenker@eur.ko.com](mailto:fschroedersenker@eur.ko.com)

## **Resonanzfaktoren auf "1000 Schulen in Bewegung"**

Die Studie zeigt, dass die Resonanz auf das Bewegungsangebot von verschiedenen Faktoren abhängt. So wiesen Schulen mit einer vorhandenen Grundausstattung an Spiel- und Bewegungsmaterialien eine überdurchschnittliche Resonanz auf das Projekt auf. Die Zusammensetzung des Lehrerkollegiums hat ebenfalls Einfluss darauf, wie das Projekt "1000 Schulen in Bewegung" aufgenommen wird. Insbesondere Kollegien mit einem geringen Anteil an ausgebildeten Sportlehrern sind offen für neue Ideen. In der Studie wurde deutlich, dass vor allem Lehrerinnen die Bedeutung von mehr Bewegung im Schulalltag sehen. Eine ebenfalls überdurchschnittliche Aufnahmebereitschaft für neue Bewegungsideen zeigt sich vor allem bei Kollegien mit einem hohen Durchschnittsalter.

## **Nachhaltigkeit des Projektes**

Die Langzeitwirkung des Projekts belegt ein bemerkenswertes Ergebnis: Bei einem Drittel aller Schulen bewirken die Impulse eines einzigen Tages eine langfristige Verhaltensänderung der Lehrerschaft. "Der Impuls hat ausgereicht, um Lehrer zu veranlassen, Ideen und Inhalte aufzugreifen und in den eigenen Unterricht zu integrieren", erläutert Riegger. Vielfach erweiterten Lehrer ihr persönliches Fach- und Handlungsrepertoire, z.B. durch eigene Fort- und Weiterbildungsinitiativen. Darüber hinaus setzten sie sich für die Anschaffung von Spiel- und Bewegungsgeräten für Unterricht, Pausen, Schülerfreizeiten und Schulfeste ein.

## **Ausblick**

So kann Lehrerfortbildung aussehen. Keine Fehlzeiten und Kosten für aufwändige Fortbildungskurse sowie ein unmittelbarer Test für die Anwendbarkeit von neuen Ideen. Ein Motivationspotenzial bei Lehrern und Kindern wird offensichtlich, welches es weiterhin zu aktivieren gilt. Riegger bestätigt den Nutzen der Öffnung von Schulen gegenüber Drittmitteln: "Von der Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft profitieren beide Seiten."

*Eine Kurzfassung der Studie ist auf Anfrage bei TBWA PR Querverbindungen und der Freien Universität Berlin erhältlich.*