

„Spenden und Spendenwerbung“

Auf der Grundlage von kritischer Bildanalyse werden stereotype Darstellungs- und Wahrnehmungsweisen in der Spendenwerbung hinterfragt. Die Schüler*innen analysieren Spendenwerbung und diskutieren die Inhalte, die auf Spendenbildern über andere Länder und Gesellschaften transportiert und produziert werden.

Ziele

Die Schüler*innen setzen sich kritisch mit Fragen und Aufgaben der Spendenwerbung auseinander und diskutieren die Darstellungsweisen, die Emotionen und Gefühle sowie Haltungen, die durch diese bei den Betrachter*innen ausgelöst werden. Sie fragen sich nach den Mustern und Einstellungen, die man bei der Betrachtung aktiviert, aber auch nach Haltungen und Wahrnehmungsweisen, die durch die Betrachtung reproduziert werden.

Lehrplananbindung	<p>Oberschule</p> <ul style="list-style-type: none">• Ethik<ul style="list-style-type: none">↳ KL. 9 LB 3 Der Umgang mit Medien und die Macht der Bilder• GK<ul style="list-style-type: none">↳ Kl. 10 LB 2 Globale Zusammenarbeit↳ Kl. 10 WP 2 Chancen und Risiken• Geographie<ul style="list-style-type: none">↳ Kl. 7, LB 2 Afrika im Überblick↳ Kl. 9 LB 4 Leben in der Einen Welt↳ Kl. 10 LB 2 Der heimatliche Kulturraum im System globaler Entwicklungen• Geschichte<ul style="list-style-type: none">↳ Kl. 7 LB 1 Entdeckung und Eroberung der Welt für Europa <p>Gymnasium</p> <ul style="list-style-type: none">• Ethik<ul style="list-style-type: none">↳ Kl. 7 WP 3: Medien – ein Spiegel der Wirklichkeit?• GK<ul style="list-style-type: none">↳ Kl. 11 LB 2 Politik und Medien; WP 2 Medienalltag↳ Kl. 12 LB 1 Wirtschaft und Wirtschaftsordnung in der globalisierten Welt, WP 3 Ökonomie und Globalisierung• Geographie<ul style="list-style-type: none">↳ Kl. 7, LB 2 Afrika im Überblick↳ Kl. 11 LB 3 Globale Disparitäten
Zeitbedarf	1 UE/ 30-45 Min.

Material und praktische Vorbereitung

Die Bilder und die Fragen auf Blatt 1 werden ausreichend ausgedruckt.

Inhaltliche Vorbereitung

Spenden sind wichtig, damit Nichtregierungsorganisation (gemeinnützige Organisationen) ihre Arbeit verrichten können. Ungefähr 60% der Deutschen spenden für soziale und gemeinnützige

Zwecke Geld. Pro Kopf liegt die jährliche Summe bei rund 200€ pro Spender.¹ Nicht erfasst worden sind Sachspenden und ehrenamtliche Tätigkeiten, die den Zielen und Zwecken von Organisationen ebenso zugutekommen. Viele Organisationen werben mit Werbeplakaten, Briefsendungen und Anzeigen mit Bildern, die häufig Emotionen erzeugen. Insbesondere in Bezug auf die Bilder von Hilfsorganisationen lohnt sich ein Blick auf die Inhalte, die transportiert werden. Hierzu gibt es durchaus kritische Stimmen und Vorbehalte.

Durchführung

Es kann im Vorfeld geklärt werden, was Spenden sind und wofür sie verwendet werden. Daneben bietet es sich an, im Plenum zu fragen, wer selbst schon mal gespendet hat oder wofür/warum er/sie spenden würde.

Die Schüler*innen werden in Kleingruppen à 4-5 Personen eingeteilt und erhalten die Bilder und das Textblatt mit den Fragen. Die Gruppen haben 15 Minuten Zeit, die Bilder zu analysieren und die Fragen zu beantworten.

Welche Unterschiede zwischen den Anzeigen/Plakaten gibt es?
Welche Gemeinsamkeiten gibt es?
Für welche Anzeige würdet ihr euch entscheiden und spenden? Warum?
Welche Anzeige findest du vertrauenswürdig?

Wie werden die Menschen auf den Plakaten dargestellt?
Was stellen die Bilder dar (Orte, Situationen, Handlungen)?
Was erfahrt ihr über die Menschen auf den Bildern? Welche positiven und welche negativen Aspekte?

Was machen die Menschen auf den Bildern?
Scheinen die Menschen glücklich oder unglücklich zu sein?
Sind die Menschen namentlich genannt oder anonym?

Es ist zu erwarten, dass die Grundemotionen, die bei der Betrachtung der Bilder entstehen, Betroffenheit und Mitgefühl sind. Die Lebenszustände der Menschen auf den Bildern werden als vergleichsweise (im Vergleich zu den Schüler*innen) schlecht dargestellt. Es entsteht das Bedürfnis, den Menschen auf den Bildern helfen oder sie unterstützen zu wollen. Was erfahren wir aber eigentlich über diese Menschen?

Schwarze und PoC (people of colour) werden häufig in ländlichen Gegenden dargestellt und somit auf Ursprünglichkeit und Natürlichkeit reduziert. Damit wird ein Gegenpol zu „Zivilisation und Moderne“ aufgemacht, der diese Menschen eher von uns entfernt, als sie uns nah erscheinen zu lassen. Die Menschen auf den Bildern/Plakaten werden häufig passiv dargestellt. Wenn sie auf den Bildern etwas tun oder verrichten, dann sind das häufig Handlungen, die der Sicherung der Existenzgrundlage dienen. Sehr selten sprechen die Personen auf den Bildern. Eher sprechen die Hilfsorganisationen über sie.

Oft werden Menschen gezeigt, die gegen Armut, Hunger oder Krankheit kämpfen. Dies erweckt den Eindruck, dass alle Menschen in diesem Land/dieser Region mit diesen Problemen und Herausforderungen zu kämpfen hätten. Es entstehen oder verfestigen sich Vorurteile und Eindrücke, gegenüber Schwarzen und PoC, in denen diese als defizitär und hilfsbedürftig dargestellt werden.

Der Auseinandersetzung mit den Gründen und Ursachen für Missstände weltweit werden indes nicht thematisiert.

¹ <http://www.bpb.de/nachschlagen/datenreport-2016/226909/spenden>, abgerufen am 11.07.2018

Des Weiteren kann gefragt werden, wie den würdevolle/gute Spendenwerbung aussehen könnte und was die Schüler*innen auf ein Spendenplakat bringen würden. Dabei lässt sich die Frage anschließen, was uns den eigentlich zum Spenden bewegt. Es wird deutlich werden, dass sich mit positiven Bildern nur schlecht Emotionen erregen lassen, die zum Spenden motivieren. Spendenwerbung bedient sich demnach Emotionen und Gefühlen, verstärkt dabei aber auch Vorurteile und Wahrnehmungsmuster über Menschen und Gesellschaften im Globalen Süden.

Kompetenzerwerb

Erkennen

Die Schüler*innen erkennen das Spannungsfeld, in dem sich Spendenwerbung bewegt. Sie verstehen die Funktionsweise von Spendenwerbung, die häufig über Emotionen agiert und dabei stereotype Darstellungsweisen verstärkt oder reproduziert. Die Schüler*innen verstehen, dass Spendenwerbung nur eine von vielen Möglichkeiten ist, etwas über die Lebensrealität von Menschen zu erfahren.

Bewerten

Die Schüler*innen können die Inhalte auf den Spendenwerbungen einordnen und ihre Funktion verstehen. Sie wissen, dass die Lebensrealitäten von anderen Menschen nur begrenzt auf den Bildern wiedergegeben werden und diese Bilder auch nur eine begrenzte Anzahl von Menschen abbildet, nicht jedoch die Gesamtgesellschaften.

Handeln

Die Schüler*innen überdenken ihre Haltung bzw. gewinnen eine Haltung zum Thema Spenden.

Weiterbearbeitung

Im Anschluss kann über Spendensiegel und „richtiges Spenden“ diskutiert werden bzw. eine weitere UE angeboten werden.

Hintergrundinformationen für Lehrkräfte und Schüler*innen

Unter anderem bietet einen guten Leitfaden zum Thema „richtiges Spenden“ an. Daneben gibt es verschiedene Spendensiegel, die die Verwendung von Spenden überprüfen.

Schüler*innenarbeitsblatt

7 Fotos/Bilder und Text mit Fragen zur Bildanalyse

Quellen

Konzipiert von René Michalsky als Teil des sächsischen Umsetzungsprojektes zum Orientierungsrahmen für den Lernbereich globale Entwicklung

<http://www.bpb.de/nachschlagen/datenreport-2016/226909/spenden>, abgerufen am 11.07.2018

https://www.phineo.org/downloads/PHINEO_8_Goldene_Spendenregeln.pdf, abgerufen am 11.07.2018

<https://www.phineo.org/themen/richtig-spenden>, abgerufen am 11.07.2018

http://venro.org/uploads/tx_igpublikationen/VENRO_richtig_spenden.pdf, abgerufen am 11.07.2018

www.whitecharity.de/schicken_sie_zukunft.pdf, abgerufen am 11.07.2018

Anlage 1: Fragen zur Bildanalyse (Spendenplakate)

Schau dir die Bilder an und versuche die folgenden Fragen zu beantworten:

Welche Unterschiede zwischen den Anzeigen/Plakaten gibt es?

Welche Gemeinsamkeiten gibt es?

Für welche Anzeige würdet ihr euch entscheiden? Warum?

Welche Anzeige findest du vertrauenswürdig?

Wie werden die Menschen auf den Plakaten dargestellt?

Was stellen die Bilder dar (Orte, Situationen, Handlungen)?

Was erfahrt ihr über die Menschen auf den Bildern? Welche positiven und welche negativen Aspekte?

Was machen die Menschen auf den Bildern?

Scheinen die Menschen glücklich oder unglücklich zu sein?

Sind die Menschen namentlich genannt oder anonym?

Unser täglich Brot gib uns heute

Foto: Paul Jeffrey

Brot
für die Welt

www.brot-fuer-die-welt.de





7 René Michalsky, Spenden und Spendenwerbung

250,000 MALNOURISHED CHILDREN

what happens if they stay hungry?

#ByTheEndOfSeptember

DON'T SAY LATER
YOU DIDN'T
KNOW

Photo: Pajlar

Du bist

daggegen?

kinder
not
hilfe

Dann sei

dabei!

Einfach helfen:
Jetzt mit € pro Monat
dabei sein.

www.ichbindabeitrag.de
Weil jeder Euro hilft.



Heimat los

Helpen Sie Flüchtlingskindern
dort, wo die Not am größten ist.

Kindernothilfe

kindernothilfe.de
Weil jeder Euro hilft.



Unser täglich Brot
gib uns heute

Brot
für die Welt

www.brot-fuer-die-welt.de

Foto: Christof Krackhardt