

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

OS, Klassenstufe 7, Geschichte, Lernbereich 1: „Entdeckung und Eroberung der Welt für Europa“

OS, Klassenstufe 7, Geographie, Lernbereich 2: „Afrika im Überblick“

OS, Klassenstufe 9, Ethik, Lernbereich 3: „Der Umgang mit Medien und die Macht der Bilder“

OS, Klassenstufe 9, Geographie, Lernbereich 4: „Leben in der Einen Welt“

OS, Klassenstufe 10, Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung, Lernbereich 2: „Globale Zusammenarbeit“

OS, Klassenstufe 10, Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung, Wahlbereich 2: „Chancen und Risiken“

OS, Klassenstufe 10, Geographie, Lernbereich 2: „Der heimatliche Kulturraum im System globaler Entwicklungen“

GY, Klassenstufe 7, Ethik, Wahlbereich 3: „Medien – ein Spiegel der Wirklichkeit?“

GY, Klassenstufe 7, Geographie, Lernbereich 2: „Afrika im Überblick“

GY, Jahrgangsstufe 11, Geographie, Grundkurs, Lernbereich 3: „Globale Disparitäten“

**GY, Jahrgangsstufe 11, Grundkurs, Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung/
Wirtschaft, Lernbereich 2:** „Politik und Medien“; **Wahlbereich 2:** „Medienalltag“

GY, Jahrgangsstufe 12,

Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung/Wirtschaft, Grundkurs, Lernbereich 1:

„Wirtschaft und Wirtschaftsordnung in der globalisierten Welt“

GY, Jahrgangsstufe 12, Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung/Wirtschaft, Grundkurs,

Wahlbereich 3, „Ökonomie und Globalisierung“

ZEITBEDARF

1 UE (30-45 min)

MATERIAL UND PRAKTISCHE VORBEREITUNG

Die sieben Fotos/Bilder zu Spendenwerbung in Anlage 2 und der Text mit Fragen zur Bildanalyse in der Anlage 1 werden in ausreichender Anzahl für Kleingruppen à 4 – 5 SuS 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.

¹ Datenreport 2016, Bundeszentrale für politische Bildung:
https://www.statistischebibliothek.de/mir/servlets/MCRFileNodeServlet/DEHeft_derivate_00021684/Datenreport2016.pdf;jsessionid=E5C94A0A9F27899774E66A2BE50E59FF, [abgerufen am 24.02.2021]

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 Vorurteile und Eindrücke – oder diese verfestigen sich – gegenüber Schwarzen und PoC, in denen diese als defizitär und hilfsbedürftig dargestellt werden.

Der Auseinandersetzung mit den Gründen und Ursachen für Missstände weltweit wird indes nicht gefördert.

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 dazu angeboten werden.

HINTERGRUNDINFORMATIONEN FÜR LEHRKRÄFTE

Unter anderem bietet Phineo einen guten Leitfaden zum Thema „richtiges Spenden“ an unter <https://www.phineo.org/magazin/richtig-spenden>. Daneben gibt es verschiedene Spendensiegel, die die Verwendung von Spenden überprüfen.

QUELLE

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

Datenreport 2016, Bundeszentrale für politische Bildung:

https://www.statistischebibliothek.de/mir/servlets/MCRFileNodeServlet/DEHeft_derivate_00021684/Datenreport2016.pdf;jsessionid=E5C94A0A9F27899774E66A2BE50E59FF,
[abgerufen am 24.02.2021]

Goldene Spendenregeln, Phineo:

<https://www.phineo.org/search?term=Goldene+Spendenregeln>,
[abgerufen am 24.02.2021]

Phineo-Magazin, Praxistipp: Richtig Spenden:

<https://www.phineo.org/magazin/richtig-spenden>,
[abgerufen am 24.02.2021]

VENRO-Dokumente: Richtig spenden:

https://venro.org/fileadmin/user_upload/Dateien/Daten/Publikationen/VENRO-Dokumente/VENRO_richtig_spenden.pdf,

[abgerufen am 24.02.2021]

Whitecharity: Schicken Sie Zukunft- Weiß- und Schwarzsein auf Plakaten von

Hilfsorganisationen: https://www.whitecharity.de/schicken_sie_zukunft.pdf,

[abgerufen am 11.07.2018]

Dieses Unterrichtsbeispiel kann kopiert und frei verwendet oder weitergegeben werden.

ANLAGE 1: FRAGEN ZUR BILDANALYSE (SPENDENPLAKAT)

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?

ANLAGE 1: BILDER ZUR SPENDENWERBUNG



Unser täglich Brot gib uns heute

www.brot-fuer-die-welt.de

Brot
für die Welt

Foto: Paul Jeffrey



250,000 MALNOURISHED CHILDREN

what happens if they
stay hungry?

#ByTheEndOfSeptember

**DON'T SAY LATER
YOU KNOW
DIDN'T**

Photo: Pilar

MetaDesign | Foto: Hartmut Schwarzbach | Kinderarbeit Philippinen

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

kinder not hilfe

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

kindernothilfe.de
Weil jeder Euro hilft.

DZI Spenden-Siegel



Unser täglich Brot
gib uns heute

Brot
für die Welt

www.brot-fuer-die-welt.de

Foto: Christof Krackhardt