

# **Die öffentliche Darstellung von Kinderpatenschaften**

Eine kritische Bestandsaufnahme aus entwicklungspädagogischer Sicht

**Stand: 10. Juni**

**Frühere (nicht veröffentlichte) Versionen sind nicht gültig.**

**Friedrich-Alexander-Universität  
Erlangen-Nürnberg**



Prof. Dr. Annette Scheunpflug  
Lehrstuhl Pädagogik I  
Regensburger Str.160  
90478 Nürnberg

## **Inhaltsverzeichnis**

Abstract

### **I Zusammenfassung der Ergebnisse: Entwicklungspädagogisch sensible Arbeit mit Kinderpatenschaften – ein Beitrag zur Diskussion**

- 1 Die Akzeptanz entwicklungspolitischer Bildung als Aufgabe
- 2 Ein Begriff entwicklungspolitischer Bildung, der dem fachlichen Diskurs entspricht
- 3 Die Darstellung von Kinderpatenschaften im Kontext von Projektarbeit
- 4 Die Darstellung der Patenkinder
- 5 Die Kommunikation zwischen Paten und Patenkindern
- 6 Die Kosten der Patenschaftsbetreuung
- 7 Die Darstellung entwicklungspolitischer Sachverhalte gegenüber den Spendern
- 8 Zusammenfassung

### **II Die Darstellung der Einzelaspekte**

- 1 Einleitung: Hintergrund, methodischer Zugang und Aufbau der Arbeit
- 2 Die Vermittlung von Kinderpatenschaften als entwicklungspolitisches und entwicklungspädagogisches Problem – zum Theoriehintergrund der Expertise
- 3 Kinderpatenschaften in der deutschen Entwicklungszusammenarbeit – eine Bestandsaufnahme
  - 3.1 Vermittelnde Organisationen
  - 3.2 Kurzportraits der Organisationen
  - 3.3 Stellenwert von Kinderpatenschaften in der Strategie der Organisation und Art der vermittelten Patenschaften

- 3.4 Instrumente der Patenschaft
- 3.5 Finanzaufwand für Patenschaften
- 3.6 Werbung für Patenschaften
  
- 4 Diskussion der Ergebnisse
  
- 5 Anregungen zur öffentlichen Darstellung von Kinderpatenschaften aus entwicklungs-  
pädagogischer Sicht
  
- 6 Literatur
  
- 7 Anhang
- 7.1 Adressenliste der Organisationen

## Abstract

In dieser Pilotstudie wird vor dem Hintergrund eines lediglich angedeuteten entwicklungspädagogischen Referenzrahmens eine Darstellung der Werbung für Kinderpatenschaften vorgenommen. Nach einer Sichtung des Spektrums der Organisationen wurden die Organisationen ausgewählt, die eine nennenswerte Anzahl von Kinderpatenschaften professionell betreuen. Skizziert wird die Öffentlichkeitsarbeit des CCF Kinderhilfswerk, Plan International Deutschland e.V., der Kindernothilfe, den SOS-Kinderdörfern/Hermann Gmeiner Fonds und von World Vision Deutschland. Basis der Untersuchung sind im Wesentlichen verfügbare Printmaterialien und das Internet-Angebot. Die Darstellung berücksichtigt die Art der vermittelten Kinderpatenschaften, den Stellenwert von Kinderpatenschaften in der Strategie der jeweiligen Organisation sowie die Werbemaßnahmen und analysiert diese vor dem Hintergrund entwicklungspädagogischer Fragestellungen. Es wird der Frage nachgegangen, was die Werbung für Kinderpatenschaften für die entwicklungspolitische *Bildung* in Deutschland bedeutet. Entwicklungspolitische Überlegungen bleiben ausgeklammert. Selbstverständlich ist aber, dass Kinderpatenschaften ein Instrument der Entwicklungszusammenarbeit darstellen; dieses Mittel wird in keiner Weise grundsätzlich in Frage gestellt.

Der Darstellung der Einzelergebnisse der Recherche ist eine Zusammenfassung vorausgestellt, die Möglichkeiten für eine entwicklungspädagogisch sensible Kinderpatenschaftsarbeit aufzeigt. Da dieser Teil auch für sich gelesen werden kann, sind Doppelungen nicht ausgeschlossen. Zentrales Ergebnis der Studie ist es, dass die Werbung für Kinderpatenschaften in Deutschland sehr unterschiedlich ausfällt. Von daher stellen Kinderpatenschaften nicht grundsätzlich ein Problem für die entwicklungspolitische Bildungsarbeit dar. Allerdings ist in allen Organisationen die Spannung zwischen der Einzelpatenschaft einerseits und der mit der Patenschaft verbundenen Projektförderung andererseits spürbar. Diese Spannung wird unterschiedlich aufgelöst; am besten gelingt dies der Kindernothilfe. Kritisiert wird, wenn die mit der Patenschaft verbundene Projektförderung nicht hinreichend deutlich formuliert wird. Nicht alle Organisationen sehen sich hinreichend den Zielen entwicklungspolitischer Bildung verbunden. Den Zielen entwicklungspolitischer Bildung entgegengerichtet ist nach Meinung der Autorin die Art von Werbung, die eine Katalog ähnliche Auswahl von Patenkindern suggeriert.

Die Studie ist durch terre des hommes und die Deutsche Welthungerhilfe mit Drittmitteln gefördert worden. Diese Organisationen tragen für die Inhalte der Studie keine Verantwortung; inhaltlich gibt die Studie alleine die Auffassung der beteiligten Wissenschaftlerin wieder.

# **I Zusammenfassung: Entwicklungspädagogisch sensible Darstellung von Kinderpatenschaften – ein Beitrag zur Diskussion**

## **1 Die Akzeptanz entwicklungspolitischer Bildung in Deutschland als Aufgabe**

Der grundlegende Standard, der für eine entwicklungspädagogisch sensible Arbeit mit Kinderpatenschaften konstitutiv ist, ist die Akzeptanz entwicklungspolitischer Bildung in Deutschland als Aufgabe von entwicklungspolitischen Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen und damit auch der Aufgabe von Organisationen, die Kinderpatenschaften vermitteln. Es sind mehrere Gründe, die für diese Prämisse sprechen:

1. *Entwicklungspolitische Bildung wird als ein wichtiger Beitrag für die Entwicklung des Südens gesehen.* In der Veränderung der globalen politischen Rahmenbedingungen sowie der öffentlichen Akzeptanz und Unterstützung globaler Strukturpolitik liegt ein wesentliches Moment einer nachhaltigen Entwicklungspolitik. Die Einsicht in diesen Zusammenhang ist seit 1970 Grundlage der Arbeit des BMZ; damals wurde das Referat für entwicklungspolitische Bildung gegründet. Seit 1977 ist dieser Zusammenhang konstitutiv im Rahmenplan entwicklungspolitische Bildung und Publizistik der Evangelischen Kirche beschrieben; damals wurde sogar beschlossen, dass 10 % der kirchlichen Mittel für die entwicklungspolitische Bildung ausgegeben werden sollten. Im Jahr 2001 hat der Deutsche Bundestag die Notwendigkeit entwicklungspolitischer Bildung bestätigt (Bericht der Bundesregierung BT 14/6022; 146959, 25.9.2001) und die Ministerin für das Ressort Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung die entwicklungspolitische Bildung in einer Regierungserklärung als „dritte Säule der Entwicklungspolitik“ bezeichnet. VENRO hat im Jahr 2000 ein Positionspapier zur entwicklungspolitischen Bildung verabschiedet und diese Arbeit als „notwendiges Handlungsfeld entwicklungspolitischer Nichtregierungsorganisationen“ (VENRO 2000, S. 7) begründet. Diese Einschätzung kann damit als politischer Konsens bezeichnet werden. Die Daten des Eurobarometers, sehr grobe und nicht befriedigende empirische Daten, lassen eine Bestätigung des Zusammenhangs von entwicklungspolitischer Bildung und der Akzeptanz für eine globale Strukturpolitik vermuten (vgl. European Commission 2005; Lang-Wojtasik 2005).

2. *Kinderpatenschaften vermitteln Bilder der Dritten Welt. Damit können diese als ein impliziter Beitrag zur entwicklungspolitischen Bildung verstanden und als solcher befragt werden.* Die großen Organisationen, die mit Kinderpatenschaften arbeiten, betonen alle, dass, die Zielperspektive ihres Engagements eine Gemeinwesen orientierte Entwicklungszu-

sammenarbeit sei. Durch Kinderpatenschaften werden Kinder über Projekte der Entwicklungszusammenarbeit gefördert. Gehen wir einmal davon aus, dass diese Zielsetzung in den einzelnen Organisationen auch realisiert wird, dann bedeutet dieses letztlich, dass Organisationen, die sich über Kinderpatenschaften finanzieren, vor Ort eine Entwicklungsarbeit betreiben, die sich von anderen NGO's, die Gemeinwesen orientiert arbeiten, nicht wesentlich unterscheidet. Der entscheidende Unterschied ist vielmehr die Arbeit im Norden, nämlich die Frage, mit welchen Marketinginstrumenten die dafür benötigten Finanzmittel aufgebracht werden. Überspitzt formuliert könnte man sagen, dass Kinderpatenschaften eine der möglichen Formen sind, auf die Herausforderungen der Entwicklungszusammenarbeit aufmerksam zu machen.

3. *Dabei spielt auch der Beitrag dieser Organisationen zur strukturellen Erziehung (Tremml 1978 a; b; 1982) eine nicht zu unterschätzende Rolle.* Entwicklungspolitische Bildung wird nicht nur durch die explizit kommunizierten Zusammenhänge vermittelt, sondern auch durch die Dinge, die nicht mitgeteilt werden. Dies ist z.B. für die Geschichtsschreibung des afrikanischen Kontinents mehrfach überzeugend gezeigt und vor allem für die Darstellung von entwicklungspolitischen Zusammenhängen im Schulbuch (Fohrbeck/Wiesand/Zahar 1971; Höfner/Mergner 1989; Scheunpflug/Seitz 1995; Tremml 1995) deutlich geworden. Wenn man dieser Forschung folgt, dann wären Kinderpatenschaften daraufhin zu befragen, welches Bild der Aufgaben der Entwicklungszusammenarbeit vermittelt wird und wie damit der implizite Beitrag zur entwicklungspolitischen Bildung aussieht. Es ist von professionellen Institutionen der Entwicklungszusammenarbeit zu erwarten, dass sie die durch ihre Arbeit vermittelten Bilder reflektieren. Zudem sind diese Organisationen nach ihrem expliziten Beitrag zur entwicklungspolitischen Bildung, zum Beispiel über die Ansprache bestimmter Zielgruppen, wie z.B. Schulklassen, zu untersuchen.

Es ist ein überraschendes Ergebnis der hier vorgelegten Studie, dass dieser Arbeitsbereich nicht bei allen Organisationen, die mit Kinderpatenschaften werben, als Aufgabenfeld gesehen wird. Eine der Organisationen, die Kindernothilfe, engagiert sich dezidiert in diesem Bereich. Bei zwei Organisationen (CCF, World Vision) ist ein deutlich geringeres Engagement in diesem Arbeitsfeld feststellbar. Die Einsicht in die prinzipielle Notwendigkeit dieses Arbeitsbereiches ist bei diesen Organisationen Konsens, die Verwirklichung aber aus verschiedenen Gründen unterschiedlich weit fortgeschritten.

Eine der Organisationen (Plan International) stellt die Relevanz entwicklungspolitischer Bildung grundsätzlich in Frage: „Ein Großteil unserer Paten und Spender wäre kaum damit einverstanden, wenn [unsere Organisation] Geld nicht für die Entwicklungsarbeit vor Ort,

sondern für Seminare und Bildungsveranstaltungen in Deutschland verwenden würde.“ (Brief vom 17. Mai 2005) Die offensive Werbung für entwicklungspolitische Bildung als Bestandteil der entwicklungspolitischen Zusammenarbeit; die Arbeit an einem besserem Verständnis entwicklungspolitischer Zusammenhänge bei der Bevölkerung im Norden als einen selbstverständlichen und bedeutenden Beitrag für die Entwicklung in Ländern des Südens wird hier als unkompatibel mit den eigenen Zielsetzungen dargelegt. Zwar mag es in praktischer Hinsicht nicht immer einfach sein, die Verwendung von Spendengeldern für die entwicklungspolitische Bildungsarbeit zu legitimieren, aber genau in diesem Anspruch liegt eine der inhaltlichen Voraussetzungen einer redlichen Entwicklungszusammenarbeit: nämlich zum Verständnis dazu beizutragen, dass sich nicht nur in Ländern des Südens, sondern in der internationalen Zusammenarbeit der internationalen Völkergemeinschaft etwas verändern muss. Entwicklungspolitische Bildung ist dafür eine unabdingbare Voraussetzung. Dass es kommunikativ ohne weiteres möglich ist, Spendengelder für die entwicklungsbezogene Bildung einzusetzen, zeigt die Arbeit unzähliger NGO's, die genau dieses tun.

Diese Organisation macht deutlich, dass das Ziel ihrer Arbeit in der Verbesserung der Situation von Kindern im Süden läge und auf dieses Ziel hin müsse sich ihre Arbeit befragen lassen (Brief vom 10.12.2004) Es ist richtig: Hier wird nur ein kleiner Ausschnitt untersucht – und die Ergebnisse dürfen nicht überdehnt werden. Die entwicklungspolitische Dimension wird bewusst ausgeklammert. Der Umkehrschluss, dass die Darstellung von Kinderpatenschaften sich alleine aus ihrer Wirkung im Süden her beurteilen lasse, ist allerdings problematisch. Konsequenterweise weiter gedacht könnte man dann schließlich zu einer Haltung kommen, dass der Zweck die Mittel rechtfertigt. Und dieses ist auch dann unangemessen, wenn der Zweck eine gute Sache darstellt. Eine solche Haltung wäre nicht nur ethisch, sondern auch aus einer erziehungswissenschaftlichen Perspektive problematisch, da damit zudem die Nachhaltigkeit entwicklungspolitischen Handelns potenziell in Frage gestellt ist.

Organisationen, die entwicklungspädagogisch sensible Arbeit im Bereich der Kinderpatenschaften leisten, sehen in der entwicklungspolitischen Bildung im Norden einen langfristigen Beitrag zur Verbesserung der Situation der Kinder im Süden. Organisationen, die dieses Ansinnen ablehnen, müssen sich befragen lassen, welches politische Entwicklungskonzept sie vertreten und inwiefern dieses von ihnen vertretene Entwicklungskonzept dem aktuellen Diskurs entspricht. Eine damit einhergehende Überschätzung des Spenderwillens legt zudem ein paternalistisches Entwicklungsverständnis nahe, das zur Veränderung der Lebensumstände der Menschen im Süden aufruft, im Norden aber kein Potenzial für globale Strukturveränderungen sieht.

Organisationen, die die grundsätzliche Notwendigkeit entwicklungspolitischer Bildung sehen, dazu aber zur Zeit keinen aktiven Beitrag leisten,

- sollten als eine Mindestoption von sich aus deutlich machen, dass sie diesen Arbeitsbereich für grundsätzlich wichtig halten,
- von sich aus eine Perspektive für dessen Aufbau benennen und
- ihren impliziten Beitrag zur entwicklungspolitischen Bildung, z.B. über die Darstellung der Dritten Welt, reflektieren.

Im folgenden zweiten Teil wird deutlich gemacht, in welcher Form dieses von den einzelnen Organisationen gewährleistet wird.

## **2     *Ein Begriff entwicklungspolitischer Bildung, der dem fachlichen Diskurs entspricht***

Ein zweites Problem im Kontext entwicklungspädagogisch sensibler Arbeit von Kinderpatenschaften liegt im Verständnis dessen, was unter entwicklungspolitischer Bildung zu verstehen ist. Dieses Verständnis wurde in Deutschland spätestens mit dem Pädagogikhandbuch Dritte Welt (Tremel 1982a) geklärt. Das VENRO-Papier zur entwicklungspolitischen Bildung (VENRO 2000) lässt an der Begriffsverwendung keinen Zweifel: Unter entwicklungspolitischer Bildung werden Bildungsprozesse im Norden verstanden, die zu einem besseren Verständnis weltweiter Interdependenzen beitragen. Es ist sachlich richtig, dass in der englischen Tradition der „development education“ pädagogische Prozesse im Norden wie im Süden verstanden werden und wurden (vgl. dazu im Überblick Fountain 1996). Diese Begrifflichkeit hat sich im Deutschen nicht durchsetzen können (vgl. im Überblick Lang-Wojtasik/Lohrenscheit 2003). Von daher sind die von verschiedenen Organisationen genannten Aktivitäten zur Kinderrechtsarbeit in Indien, zur Geburtsregistrierung, gegen Zwangsprostitution, Beschneidung, frühe Ehen etc. nicht Gegenstand meiner Überlegungen.

Ich möchte auch nicht dem Vorschlag von Plan folgen und „erörtern, inwieweit es wichtiger ist, die entwicklungspolitische Bildung nicht in Deutschland, sondern gerade in den Programmländern stattfinden zu lassen.“ (Brief vom 17. Mai 2005) Ein solches gegeneinander Auspielen von Bildungsinteressen läuft dem fachlichen Anspruch der Entwicklungszusammenarbeit zuwider und widerspricht der bildungstheoretischen Annahme der Subjektorientierung von Bildung<sup>1</sup>. Zweifelsohne sei betont, dass Bildungsarbeit im Süden ä-

---

<sup>1</sup> Das Verhältnis von Bildungsanspruch einerseits und der politischen Bedeutung entwicklungspolitischer Bildung kann hier nicht näher behandelt werden; vgl. dazu Asbrand 2003



ßerst wichtig ist (vgl. dazu Lang-Wojtasik 2001; UNESCO 2002; 2003; 2004). Gleichwohl entspricht die Haltung, im Süden müsse gelernt werden, im Norden weniger, weder den faktischen Tatsachen noch den normativen Ansprüchen Globalen Lernens bzw. entwicklungspolitischer Bildung (vgl. zu diesen Ansprüchen Scheunpflug/Schröck 2002; VENRO 2000; vgl. auch die Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung, Bericht der Bundesregierung 146959, 25.9.2001 sowie die Konzeption des BLK-Modellversuchs 21 de Haan/Harenberg 1999).

Ferner ist zudem zwischen Informationsarbeit und Bildungsarbeit zu unterscheiden. Werbematerialien für die eigene Organisation (Fleyer, Spendenaufforderung etc.) sind im engeren Sinne zunächst nicht als Beitrag zur entwicklungspolitischen Bildungsarbeit zu verstehen<sup>2</sup>, da sie den Gegenstand nicht bezogen auf die Verwendung in einer Lehr-Lern-Situation präsentieren. Sie können aber dann zu einem Beitrag zur entwicklungspolitischen Bildung werden, wenn dieses Material situativ zum didaktischen Material wird (zum Beispiel beim Einsatz in Schulklassen). Über solche Materialien werden die implizit Bilder der sogenannten Dritten Welt vermittelt und damit ein indirekter Beitrag zur entwicklungspolitischen Bildung geleistet.

Auch die Versorgung von Schulklassen mit Patenschaftsinformationen stellt noch nicht per se ein Beitrag zur entwicklungspolitischen Bildung dar. Das in einem solchen Verständnis zum Ausdruck kommende Verständnis entwicklungspolitischer Bildung, die Information von Spendern über die von ihnen finanzierte Projektarbeit, ist zweifelsohne wichtig. Informationen können und sollen zu Bildungsprozessen führen. Aber: Bildungsarbeit geht nicht in Informationsarbeit auf. Eine Organisation, die von sich selbst sagt, dass sie 1.000 Schulklassen betreut und wenig didaktisches Material zur Unterstützung dieser Schulklassen bzw. ihrer Lehrer im Angebot hat, muss sich danach fragen lassen, ob sie nicht die Chancen, die in diesem Engagement von Lehrerinnen und Lehrern sowie den Schülerinnen und Schülern liegen, übersieht. Zudem sollte es dann erst recht selbstverständlich sein, dass das angebotene Material auf das in ihnen vermittelte Bild der Dritten Welt hin reflektiert wird.

Entwicklungspädagogisch sensible Kinderpatenschaftsarbeit weiß um die fachlichen Standards Globalen Lernens bzw. entwicklungspolitischer Bildung. Es sollte erkennbar sein, dass es zumindest das Bemühen gibt, Einzelaspekte davon in der eigenen Arbeit zu realisieren.

---

<sup>2</sup> Die sehr enge Definition des Gegenstandsbereiches, die an anderer Stelle verwendet wurde (vgl. Scheunpflug/Seitz 1995 Band 1; S. 65f.), wird hier bewusst aufgeweitet, um möglichst vieles in den Blick nehmen zu können.

### **3 Die Darstellung von Kinderpatenschaften im Kontext von Projektarbeit**

Es ist entwicklungspolitischer Konsens, dass über Kinderpatenschaften Projektarbeit gefördert wird. Die Förderung von Projekten wird in allen untersuchten Organisationen in der Außendarstellung transportiert. Das ist sehr positiv und gegenüber den achtziger Jahren eine bemerkenswerte Entwicklung.

Allerdings – und hier liegt die Einschränkung – ist das Engagement an dieser Stelle unterschiedlich. Einigen Organisationen gelingt die Kommunikation des Projektcharakters. Bei einigen der untersuchten Organisationen wird der Projektcharakter zwar kommuniziert, aber nicht immer auch in Bildern transportiert (z.B. mit Bildern der unterstützten Gemeinwesenprojekte). Hier dominiert deutlich die Darstellung unterstützter Kinder. In der Bewerbung mit Großflächenplakaten wird nur bei der Kindernothilfe der Projektcharakter erkennbar in den Mittelpunkt gerückt. Alle anderen Hilfswerke setzen für Plakate auf die Patensituation. Allein die Kindernothilfe weist in Flyern für die Spender offensiv auf die Möglichkeit des Lastenausgleichs zwischen Projekten hin, und macht damit den Spendern deutlich, dass das eingezahlte Geld nicht zwingend an das unterstützte Patenkind geht, sondern je nach Projektnotwendigkeit Verwendung findet.

Eine andere Organisation stellt den Projektunterstützungsgedanken insofern heraus, als dass sie bewusst mehrere Paten für ein Kind vermitteln. Dies stellt eine konzeptionelle Entscheidung zur Verdeutlichung des Projektunterstützungscharakters dar.

Problematisch sind Werbeformen, die auf eine Quantifizierung der noch zu unterstützenden Kinder abzielen: „Noch 25.000 Kinder“ – man mag als geneigter Spender hinzufügen: „und dann sind alle Kinder versorgt“ (so bei World Vision und ähnlich bei SOS). Dies konterkariert den Gedanken der Projektförderung, denn schließlich ist die Entwicklungszusammenarbeit eine langfristige Angelegenheit, die sicherlich nicht mit der zusätzlichen Versorgung von 25.000 Kindern erledigt sein wird (auch wenn diese für die betroffenen Kinder von Wichtigkeit sein dürfte).

Entwicklungspädagogisch sensible Kinderpatenschaftsarbeit sollte also in der Außendarstellung den Projektcharakter konsequent und kohärent kommunizieren. Der Eindruck, dass mit dem einbezahlten Geld genau das eigene Patenkind versorgt wird, sollte ebenso vermieden werden wie eine Quantifizierung der noch zu unterstützenden Kinder.

#### **4 Die Darstellung der Patenkinder**

Auch in der Darstellung der Patenkinder zeigen sich Standards entwicklungspädagogischer Sensibilität. Erfreulich ist, dass letztlich alle der untersuchten Organisationen Patenkinder als aktive Kinder zeigen; mitleidheischende Darstellungen hungernder Kinder sind nicht zu sehen. Das ist eine erfreuliche Entwicklung.

Problematisch ist, dass in den Internetauftritten und der Print-Werbung mancher Organisationen die Zentrierung auf die Kinder in den Mittelpunkt tritt und damit die Projektförderung potenziell an Bedeutung verliert. Plan hat pro Land je zwei Kinder mit Bild und persönlichen Vorlieben im Netz stehen. Mit diesen Informationen können sich Spender ein Kind aussuchen und dann per Mausklick die Übernahme einer Patenschaft für genau dieses Kind erklären.

Unter anderem diese Art von Werbung habe ich als „katalogartige Werbung“ bezeichnet, da Spendern verschiedene Kinder zur Auswahl angeboten werden und diese ihr „Wunschkind“ (so die Formulierung von World Vision) auswählen können. Diese Art von Werbung ließe sich leicht entschärfen, wenn deutlicher gemacht würde, dass es sich um verschiedene Beispiele handelt und keine Auswahl der Kinder zum Anklicken angeboten würde. World Vision hat inzwischen solche katalogartige Werbung eingestellt.

Die Auswahl konkreter Kinder aus einer Angebotspalette suggeriert eine Verfügbarkeit von Kindern für die Augen der Spender. Damit wird der Gedanke der Förderung eines Kindes gegenüber der Projektwerbung in den Vordergrund gerückt und damit ein unterkomplexes Bild von Entwicklungszusammenarbeit vermittelt, nämlich das Bild der persönlichen Förderung einer Person mit bestimmten, vom Spender gewählten Eigenschaften. Selbstverständlich sind es die Spender, die bestimmen, für welche Projekte sie spenden. Diese Spende aber mit dem Persönlichkeitsprofil von Kindern zu verbinden, ist problematisch. Auf der Homepage von Plan gibt es keinerlei Hinweis, dass Name und Biografie geändert seien; handelt es sich um echte Biografien? Für deutsche Kinder wäre eine solche Darstellung nicht zulässig. Eine solche Darstellung widerspricht potenziell dem Gedanken der Entwicklungszusammenarbeit, nachdem Menschen aufgrund ihrer unantastbaren Würde und nicht aufgrund persönlicher Eigenschaften geholfen wird.

Entwicklungspädagogisch sensible Darstellung von Kindern vermeidet die Darstellung von Kindern als Opfer, sondern stellt diese als Subjekte ihres eigenen Lebensvollzugs dar. Ent-

wicklungspädagogisch sensible Arbeit mit Kinderpatenschaften sollte aus grundsätzlichen humanitären Gründen keine Kinder nach Biografie etc. vermitteln, sondern maximal das Geschlecht und die Großregion zur Auswahl stellen. Katalogähnliche Werbung sollte unterbleiben. Die Persönlichkeitsrechte der Kinder sollten geachtet werden. Es ist zu diskutieren, wie hier mit den in dieser Arbeit sichtbar werdenden doppelten Standards der Persönlichkeitsrechte der Kinder umgegangen wird. Positiv ist in diesem Kontext zu vermerken, dass World Vision in der Öffentlichkeitsarbeit dieses Thema anspricht. In einer ausführlichen Informationsbroschüre werden Spender darüber informiert, wie die Photos und die Informationen über die Kinder gewonnen werden und in welcher Form die Eltern dabei einbezogen werden. Für die Transparenz am Spendermarkt wäre hilfreich, wenn andere Organisationen dieses auch kommunizieren könnten.

## **5 Die Kommunikation zwischen Paten und Patenkindern**

Ein weiterer Aspekt, der für die entwicklungspädagogische Dimension sensibel ist, ist die Kommunikation zwischen Paten und Patenkindern.

Spender möchten über die Projekte, für die sie spenden, informiert werden. Bei Kinderpatenschaften werden die Projekte durch die entsprechenden Kinder repräsentiert. Alle Kinderpatenschaftsorganisationen entsprechen dem Wunsch der Spender, nicht nur durch die Organisation, sondern auch durch die Kinder selbst eine Rückmeldung zu erhalten. Dieses ist bemerkenswert und verweist auf die kulturelle Wurzel des Patenschaftsverständnisses, in dem seit jeher eine persönliche Fürsorgestruktur zum Ausdruck kommt. Entsprechend gibt es für Paten auch die Möglichkeit, dem Patenkind zu schreiben und ihm ggf. Geschenke zukommen zu lassen. Plan unterhält einen eigenen Shop für Geschenke. Der Erlös des Shops geht an die Organisation zur weiteren Projektunterstützung. Die Werbung für den Shop ist in der Spenderzeitung dominant.

Nur die Kindernothilfe bietet dezidiert die Möglichkeit, Kinderpatenschaften ohne Briefkontakt einzugehen. Andere Organisationen bieten diese Möglichkeit nicht offensiv an.

Grundsätzlich problematisch ist die Asymmetrie dieser Kommunikation. Die Kinder schreiben ja schließlich nicht freiwillig, sondern „verdienen“ sich damit quasi ihre Unterstützung. Sicherlich wird es auch ernst empfundene Dankbarkeit geben, die sich gerne in der Korrespondenz ausdrückt. Aber grundsätzlich täuscht auch diese Dankbarkeit nicht darüber hinweg, dass die Kommunikation seitens der Spender mit hohen Erwartungen erfüllt ist. Deshalb ist es nur

folgerichtig, dass die Kindernothilfe und SOS offensiv kommunizieren, dass sie die Kinder von Pflicht des Briefeschreibens entbunden sind und diese durch die betreuende Einrichtung verfasst werden. Ein freiwilliges Schreiben von Briefen ist möglich. Bei den anderen Organisationen wird dieses Thema nicht offensiv transportiert, obwohl auch hier kein Zwang zum Schreiben von Briefen besteht.

Ein interessanter Fall ist in diesem Kontext stellt die Arbeit von Plan International dar, die „interkulturellen Austausch“ dezidiert zum Ziel hat. Die Förderung der interkulturellen Dimension von Kinderpatenschaften ist ein wichtiges Ziel dieser Organisation. Deshalb wird auf die Kommunikation zwischen Spender und Paten besonderer Wert gelegt. Regelmäßig erhalten die Spender vorgedruckte Postkarten, die zum Zweck der interkulturellen Kommunikation an die Kinder verschickt werden können. Für die Übersetzung der Briefe wird gesorgt

Ein Konzept der interkulturellen Kommunikation zwischen Spender und Patenkind könnte in einer Zeit der Ausdifferenzierung persönlicher Beziehungen angesichts der Globalisierung eine wichtige Weiterentwicklung Globalen Lernens oder entwicklungspolitischer Bildung darstellen. Voraussetzung dafür wäre ein Kommunikationskonzept, das den Namen „interkulturelle Kommunikation“ verdient. Dazu müsste:

- die grundsätzliche Asymmetrie zwischen Kindern und (erwachsenen) Spendern reflektiert und bearbeitet werden;
- die Asymmetrie zwischen Gebern und Empfängern reflektiert werden;
- beide Parteien freiwillig an der Kommunikation teilnehmen;
- beide Parteien die Möglichkeit haben, ohne materielle Nachteile den Kommunikationsprozess zu beenden;
- und beide Parteien gleichberechtigt voneinander lernen und übereinander informiert werden (vgl. zu den Grundsätzen interkultureller Kommunikation Auernheimer 2003; Thomas 1996).

In den Informationsmaterialien, die von Plan zu diesem Arbeitsfeld bereit gestellt werden, wird nicht ersichtlich, wie dieser inhaltliche Anspruch umgesetzt wird. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die Patenbeziehung als solche als ein interkultureller Lernprozess interpretiert wird. Dabei ist diese einseitiger und grundsätzlich asymmetrischer Lernprozess. Von einer gezielten Information der Kinder über die Spender ist nichts bekannt (Gibt es für die Kinder Photos, aus denen sie sich ihre Spender auswählen können? Kann seitens der Kinder der Prozess abgebrochen werden?). Aus der interkulturellen Begegnungsforschung ist bekannt (vgl. exemplarisch Schmitt 1979; Breitenbach 1979, 5 Bände; Thomas 1996), dass Information über andere Länder noch keine interkulturellen Lernprozesse in Gang setzt.

Vielmehr ist die Reflexion der eigenen Perspektivität unter anderem eine wichtige Rahmenbedingung für das potenzielle Gelingen interkultureller Lernprozesse.

Plan bietet vorgedruckte Informationen an, die Spender an Patenkinder schicken können, um diese interkulturelle Kommunikation voranzutreiben. Eine Postkarte zeigt vier Eis schleckenden Kindern, eines auf dem Schoß einer jungen Frau, die sehr kurze Short trägt, vor einem Holzhaus (September 2004, Nr. 3). Welches Bild von Deutschland und der Spender wird mit einer solchen Postkarte in den Empfängerländern vermittelt? Zumindest zeigt dieses Bild keine besondere kulturelle Sensibilität; Frauen mit nackten Oberschenkeln gelten in vielen Ländern als obszön; und Eis schleckende Kinder mögen in Ländern mit schwieriger Versorgungslage auch nicht als einfühlsames interkulturelles Kommunikationsangebot verstanden werden. Weitere Karten zeigen eine Bastelanleitung, für die Schere und Kleber nötig sind, ein kleines Memory-Spiel (ebenfalls Schere notwendig), ein anderes ein Suchbild mit dem Bildmotiv eines Leuchtturms. Ob diese Form der Kommunikationsangebote einen Beitrag zur interkulturellen Kommunikation darstellen, ist nach dem Stand der interkulturellen Austauschforschung zu bezweifeln.

Ein sensibles Thema ist das Problem des Besuchs von Patenkindern seitens der Spender. Jede der Organisationen ist bemüht, klare Regeln für den Besuch aufzustellen und organisatorisch Individualbesuche ohne Betreuung seitens der Projekte zu vermeiden. Über diesen Bereich gibt es wenig Informationen, auch nicht über die damit verbundenen evtl. Probleme oder auch deren Möglichkeiten. Es gibt bisher keine Untersuchungen über diesen Bereich.

Entwicklungspädagogisch sensible Vermittlung von Kinderpatenschaften sollte die Möglichkeit bieten, auch ohne Briefkontakt die Patenschaft einzugehen und im Hinblick auf den Briefkontakt die Erwartungen der Spender eher zu dämpfen als anzuheizen. Kindern sollte geholfen werden, da sie Kinder sind und ein Recht auf Leben haben, nicht aber, weil sie fiktiv versprechen, eifrige Schreiber von Briefen zu sein. Das heißt nicht, dass sich im Einzelfall wunderbare Beziehungen und Kontakte ergeben können. Wichtig scheint mir, dass die Konditionalität von Unterstützung und Kontakt gelockert ist und der Blick auch auf das Projekt gelenkt wird. Wird der interkulturelle Kontakt zwischen Spender und Kind als ausgewiesener Programmbereich der Organisation gesehen, dann sollten die Angebote der Organisation auch diesem Anspruch annähernd gerecht werden.

## **6 Die Kosten der Patenschaftsbetreuung**

Die Betreuung der Patenschaft kostet Geld. Ein Teil der Organisationen weisen zumindest annäherungsweise die Kosten für die Patenschaftsbewerbung und die Patenbetreuung aus.

Entwicklungspädagogisch sensibel arbeitenden Organisationen sollten die Spender darüber aufklären, dass die Kommunikation mit dem Kind Spendengelder kostet und sich entsprechend bemühen, eine Balance zwischen dem Wunsch des Spenders nach Information und der Effizienz des Mitteleinsatzes herzustellen. Zudem sollten die Kosten für die Patenschaftsbetreuung sachlich angemessen ausgewiesen werden.

## **7 Die Darstellung entwicklungspolitischer Sachverhalte gegenüber den Spendern**

Für die Darstellung entwicklungspolitischer Sachverhalte gegenüber den Spendern in Spenderzeitschriften sollte das gelten, was insgesamt für die Darstellung entwicklungspolitischer Zusammenhänge von Bedeutung ist:

- die Darstellung sollte angemessen die beschriebenen Sachverhalte wiedergeben;
- Unterentwicklung sollte gleichermaßen auf endogene wie exogene Ursachen zurückgeführt werden;
- einheimische Initiativen sollten sichtbar werden;
- die Kooperation mit Partnern und der Zivilgesellschaft erkennbar werden;
- die Leser sollten zu Perspektivwechseln angeregt werden.

In der Einzeldarstellung (Kapitel II) wird deutlich, inwiefern einzelne Hefte diesen Ansprüchen genügen. Positiv herauszuheben sind die Spendermagazine der Kindernothilfe, die viele der hier genannten Aspekte berücksichtigen. CCF hat in einem Spendermagazin ein gescheitertes Projekt offen kommuniziert; auch dieses ist begrüßenswert. Bemerkenswert ist das Konzept von World Vision, für unterschiedliche Zielgruppen unterschiedliche Kommunikationsstrategien anzubieten. Dieses Konzept, zunächst eher harmonisierende und konkrete Zusammenhänge zu kommunizieren, um dann überzeugtere Spender mit komplexeren Zusammenhängen der Entwicklungszusammenarbeit zusammenzubringen, ist zu diskutieren. Es gibt Hinweise aus der Lernforschung, die nahe legen, dass dieses Konzept nicht greift; gleichwohl ist anzuerkennen, dass hier mit einer differenzierten und reflektierten Strategie gearbeitet wird.

Jede der Organisationen bietet über die Mitteilungen für Spender noch weitere Informationen an, zum Beispiel über AIDS oder Länderinformationen. Für diese gelten die genannten Kriterien ebenso. Positiv ist zu vermerken, dass sich fast alle Organisation (in unterschiedlicher Intensität) an verschiedenen Advocacy-Kampagnen in Deutschland beteiligen und mit dieser Arbeit einen Beitrag zur globalen Strukturpolitik leisten.

Gleichwohl es positive Beispiele in diesem Bereich gibt, besteht hier doch auch gleichzeitig bei einigen Organisationen (wie CCF, SOS Kinderdörfer und Plan) noch deutliches Entwicklungspotenzial.

## **8 Zusammenfassung**

Es sollte deutlich geworden sein: Es geht nicht darum, die Arbeit mit Kinderpatenschaften grundsätzlich in Frage zu stellen oder zu diskreditieren. Ziel ist auszuloten, wo es Optimierungsmöglichkeiten in diesem Arbeitsfeld gibt. Als Optimierung wird hier nicht die Erhöhung des Spendervolumens gesehen (obwohl dieses sicherlich auch ein wünschenswertes Ziel sein kann), sondern die Frage, wie die Arbeit mit Kinderpatenschaften dazu beitragen kann, in der deutschen Öffentlichkeit ein differenziertes Bild entwicklungspolitischer Zusammenhänge zu transportieren. Dafür sind einige Grundsätze zur Diskussion gestellt.

- Grundlage ist zunächst, dieses Anliegen als legitimes Anliegen zu akzeptieren und die entwicklungspolitische Bildung als einen Beitrag zur Entwicklungszusammenarbeit zu sehen. Dieses Grundanliegen wird von den meisten, aber nicht allen Organisationen geteilt.
- Zweitens bedeutet dies auch den impliziten Beitrag von Kinderpatenschaften zu einem Bild von Entwicklungszusammenarbeit zu sehen und als Organisation die eigene Darstellung daraufhin zu befragen.
- Drittens ist die Darstellung der Kinder daraufhin zu befragen, ob die Subjekthaftigkeit des Kindes die leitende Perspektive ist. Kinder dürfen nicht als Vehikel zur Befriedigung der Bedürfnisse von Spendern gebraucht werden.
- Viertens ist darauf zu achten, dass den Paten die Projektstruktur der Patenschaftsarbeit hinreichend kommuniziert wird. Die Kosten für die Patenschaftsbetreuung sollten transparent kommuniziert werden.
- Fünftens sollte eine entwicklungspädagogisch sensible Darstellung von Kinderpatenschaften auch in den Spenderzeitungen zu einer reflektierten und angemessenen Darstellung von Entwicklungszusammenhängen führen.



Die Darstellung von Kinderpatenschaften bzw. die Werbung für Kinderpatenschaften ist ein Thema, das wie alle entwicklungspolitischen Darstellungen, nicht nur die werbenden Organisationen selbst, betrifft. Es ist sinnvoll, dass jede Organisation ihr unverwechselbares Profil entwickelt und mit diesem Profil unterschiedliche Spenderinteressen abgedeckt werden. Diese Profile sollten sich aber in einem minimalen Konsens fachlicher Standards bewegen; denn schließlich strahlt die Arbeit jeder Organisation auf das gesamte Arbeitsfeld aus.

Die hier vorgelegte Studie hat an dieser Stelle aber auch deutliche Grenzen: Sie untersucht die Wirkungen auf die Spender nicht empirisch, sondern nimmt nur eine Analyse des Angebots vor. Die Spenderberatung am Telefon – und damit ein weiterer Bereich der Kommunikation der Organisationen – wird ebenfalls ausgeklammert. Zudem sind nicht alle Materialien der Organisationen untersucht, sondern nur die wichtigsten Organe. Ausgeklammert wurde das Produktplacement, eine Strategie mit der einige Organisationen ebenfalls arbeiten. Zudem wurde die Qualität der Arbeit im Süden nicht bearbeitet. Alle diese Fragen sollten zu einer anderen Zeit mit größeren Möglichkeiten systematisch untersucht werden.

## **9      *Literatur***

Asbrand, Barbara: Keine Angst vor Komplexität. Fairer Handel als Lernort und Gegenstand Globalen Lernens. In: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik 26 (2003) 2, S. 7 – 13.

Auernheimer, Georg: Einführung in die interkulturelle Pädagogik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2003<sup>3</sup>.

Bericht der Bundesregierung zur Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Bonn 2001; veröffentlicht unter: [ftp://ftp.bmbf.de/011212bfne\\_bericht\\_kabinetfassung.pdf](ftp://ftp.bmbf.de/011212bfne_bericht_kabinetfassung.pdf), 25.4.2002. – Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung, Bundesdrucksache 146959, 25.9.2001

BMBF – Bundesministerium für Bildung und Forschung: Forschung für die Nachhaltigkeit. Rahmenprogramm des BMBF für eine zukunftsfähige innovative Gesellschaft. Bonn 2004.

BLK – Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung: Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Orientierungsrahmen. Bonn 1998.

European Commission: Attitudes towards Development Aid. Eurobarometer November – Dezember 2004; veröffentlicht unter:

[http://europa.eu.int/comm/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_222\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/ebs/ebs_222_en.pdf), 1.6.2005.

- Fohrbeck, Karla/Wiesand, Andreas/Zahar, Renate: Heile Welt und Dritte Welt. Medien und politischer Unterricht. Opladen 1971.
- Fountain, Susan: Leben in Einer Welt. Anregungen zum globalen Lernen. Braunschweig: Westermann Schulbuchverlag 1996 (Praxis Pädagogik).
- Haan, G. de/Harenberg, D.: Expertise „Förderprogramm Bildung für nachhaltige Entwicklung“ verfasst für die Projektgruppe „Innovation im Bildungswesen“ der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie. Berlin 1999.
- Lang-Wojtasik, Gregor: Bildung für alle! Bildung für alle? – Zur Theorie non-formaler Primarbildung am Beispiel Bangladesh und Indien. Hamburg: LIT 2001.
- Lang-Wojtasik, Gregor: Millennium Entwicklungsziele und entwicklungspolitisches Bewusstsein in Europa. Schlaglichter des Eurobarometers 2004 und ihre Herausforderung für Globales Lernen. (erscheint in: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik 28[2005]2).
- Lang-Wojtasik, Gregor/Lohrenscheit, Claudia (Hg.): Entwicklungspädagogik – Globales Lernen – Internationale Bildungsforschung. 25 Jahre ZEP. Frankfurt/M.: IKO 2003.
- Häfner, Ansgar/Mergner, Gottfried (Hg.): Der Afrikaner im deutschen Kinder- und Jugendbuch bis 1945. Untersuchungen zur rassistischen Stereotypenbildung im deutschen Kinder- und Jugendbuch von der Aufklärung bis zum Nationalsozialismus. Hamburg: Ereignisse-Verlag 1989<sup>2</sup>.
- Scheunpflug, Annette/Hirsch, Klaus (Hg.): Globalisierung als Herausforderung für die Pädagogik. Frankfurt/M.: IKO 2000.
- Scheunpflug, Annette/Schröck, Klaus: Globales Lernen. Einführung in eine pädagogische Konzeption zur entwicklungsbezogenen Bildung. Stuttgart: Brot für die Welt 2002.
- Scheunpflug, Annette/Seitz, Klaus: Die Geschichte der entwicklungspolitischen Bildung. Zur pädagogischen Konstruktion der „Dritten Welt“. Frankfurt/M.: IKO 1995 (3 Bde)
- Thomas, Alexander (Hg.): Psychologie interkulturellen Handelns. Göttingen: Hogrefe 1996.
- Treml, Alfred K.: Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie struktureller Erziehung I. In: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik 1(1978a)1, S. 15 – 28.
- Treml, Alfred K.: Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie struktureller Erziehung II. In: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik 1(1978b)2, S. 3 – 15.
- Treml, Alfred K. (Hg.): Pädagogik-Handbuch Dritte Welt. Wuppertal: Jugenddienst-Verlag 1982a.
- Treml, Alfred K.: Theorie struktureller Erziehung. Grundlagen einer pädagogischen Sozialisationstheorie. Weinheim/Basel. 1982b.

UNESCO: Education for All. Is the world on track? EFA Global Monitoring Report 2002. Paris 2002.

UNESCO: Gender and Education for All. The leap to equality. EFA Global Monitoring Report 2003/4. Paris 2003.

UNESCO: Education for All. The Quality Imperative. EFA Global Monitoring Report 2005. Paris 2004.

VENRO – Verband Entwicklungspolitik Deutscher Nicht-Regierungs-Organisationen e.V. (Hg.): „Globales Lernen“ als Aufgabe und Handlungsfeld entwicklungspolitischer Nicht-Regierungsorganisationen. Grundsätze, Probleme und Perspektiven der Bildungsarbeit des VENRO und seiner Mitgliedsorganisationen. Bonn 2000 (VENRO-Arbeitspapier Nr. 10)

## **II Die Darstellung der Einzelaspekte**

### **1 Einleitung: Hintergrund, methodischer Zugang und Aufbau der Arbeit**

#### **1.1 *Hintergrund und Fragestellung***

Anlass für die Beschäftigung mit dem Thema „Kinderpatenschaften in der öffentlichen Darstellung“ ist die Beobachtung einer offensiven Werbearbeit einiger Hilfswerke für Kinderpatenschaften. Es ist zu prüfen, ob die Darstellung von Kindern im Kontext der Entwicklungszusammenarbeit den impliziten und expliziten Standards entwicklungspolitischer Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit entspricht.

Mit dieser Arbeit soll über das Thema „Kinderpatenschaften“ in entwicklungspädagogischer Perspektive berichtet werden. Dabei geht es einerseits um die *Darstellung* der Öffentlichkeitsarbeit zum Thema „Kinderpatenschaften“ verschiedener international orientierter Kinderhilfswerke in Deutschland und andererseits um die *Bewertung* dieser Praxis vor dem Hintergrund der entwicklungspädagogischen und erziehungswissenschaftlichen Diskussion. Die Bewertungskriterien dafür sind in Abschnitt I offengelegt.

Dies bedeutet im Einzelnen:

- Es werden die international ausgerichteten Kinderhilfswerke in Deutschland identifiziert, die mit Kinderpatenschaften werben.
- Es wird dargestellt, warum einige Kinderhilfswerke nicht mehr mit Patenschaften arbeiten.
- Es wird die Art der Vermittlung von Patenschaften (Gruppen- und Projektpatenschaften versus Einzelpatenschaften) beschrieben.
- Die Instrumente der Patenschaft (Patenbriefe, Patenbesuche, Patengeschenke etc.) werden dargestellt.
- Der Werbeaufwand für Patenschaften soll thematisiert werden.
- Die Werbung für Patenschaften wird zudem im Hinblick auf deren unterstellte Wirkung auf das Wissen über und das Verständnis von Entwicklungsproblemen analysiert.

Eine empirische Untersuchung über die tatsächliche Wirkung der Öffentlichkeitsarbeit von Kinderpatenschaften kann hier nicht geleistet werden; die vorgelegten Überlegungen sind konzeptioneller Art. Vor diesem Hintergrund handelt es sich bei dem vorliegenden Papier um eine erste Annäherung zum Thema, die weiteren Forschungsbedarf benennt. Mit dieser

Pilotstudie wird nicht der Anspruch verbunden, das Thema hinreichend zu bearbeiten. Die entwicklungspolitischen Effekte von Kinderpatenschaften im Süden sind nicht Gegenstand dieser Studie.

## **1.2 Methodischer Zugang**

Um einen Bewertungsmaßstab für die Werbung für Kinderpatenschaften zu erhalten, wird zunächst die fachliche Debatte zum Thema aufgearbeitet. Das Thema „Kinderpatenschaften“ berührt sehr unterschiedliche Fachdiskurse: Es geht um einen pädagogischen Diskurs, der nach dem Stellenwert von Kindern in einer Gesellschaft fragt. Es geht um einen Diskurs internationaler Entwicklungspolitik, der Standards der Entwicklungszusammenarbeit reflektiert, sowie um die Frage nach Leitlinien entwicklungspädagogischer Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit. Werbung für Kinderpatenschaften stellt eine sehr spezifische Form entwicklungsbezogener Öffentlichkeitsarbeit dar und es ist danach zu fragen, welche Wirkung diese im Konzert der ansonsten gebräuchlichen Formen von Öffentlichkeitsarbeit entfaltet.

Im Folgenden wird zunächst dieser *Referenzrahmen* entfaltet. Dabei wird es auch darum gehen, an den Prozess zu erinnern, der im Kontext um die Debatte der Praxis der Kindernothilfe seit Mitte der achtziger Jahre einsetzte (vgl. Abschnitt 2.3). Fachliche Grundlage für diese Ausführungen sind vor allem Literaturrecherchen.

Anschließend wird die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit der im Feld der Kinderpatenschaften tätigen Organisationen dargestellt. Diese Darstellung stützt sich auf intensive *Internet-Recherchen* sowie die *Lektüre der Geschäftsberichte* und weiterer Informationsmaterialien aller aufgeführten Organisationen. Zudem wurden zusätzlich telefonische *Gespräche* mit folgenden Personen geführt, die der Klärung der durch die Unterlagen offen gebliebenen Fragen dienten:

- CCF Kinderhilfswerk: Gespräch mit der Presse- und Öffentlichkeitsreferentin, der Referentin für Patenschaften in Lateinamerika und dem Geschäftsführer.
- Plan International: Gespräch mit einer Referentin für Patenschaftsfragen und einer Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
- World Vision: Gespräch mit einer Öffentlichkeitsreferentin und dem Leiter der Öffentlichkeitsarbeit.
- SOS-Kinderdorf: Gespräch mit einer Öffentlichkeitsreferentin.

In jedem der Gespräche wurde das Interesse an Kinderpatenschaften aus erziehungswissenschaftlicher Perspektive genannt; die Gesprächspartnerin stellte sich mit Namen und Institution vor. Die Organisationen erhielten den über sie verfassten Text zum Gegenlesen vorgelegt; anzubringende Korrekturen wurden eingearbeitet.

Die beschriebenen Organisationen betreiben eine unterschiedlich dichte Informationspolitik. Die Darstellung spiegelt dies zum Teil wider, da über die Organisationen unterschiedlich viel Informationsmaterial vorlag bzw. zur Verfügung gestellt wurde.

Die Arbeit an der Studie wurde im Mai 2004 begonnen und im Dezember 2004 in einem ersten Schritt abgeschlossen. Eingehende Korrekturen wurden bis Juni 2005 ergänzt. Am 10. Juni wurden alle untersuchten Organisationen zu einem Fachgespräch eingeladen und das vorliegende Papier nochmals gemeinsam durchgearbeitet und korrigiert. Die hier vorliegende Fassung ist das Ergebnis dieses Prozesses.

Die Arbeit an dieser Studie wurde durch Drittmittel seitens terre des hommes und der Deutschen Welthungerhilfe gefördert. Beiden Organisationen sei für die finanzielle Unterstützung herzlich gedankt. Die inhaltlichen Aussagen gehen alleine auf die Arbeit der beteiligten Wissenschaftlerin zurück; die Drittmittelgeber tragen weder Verantwortung für den Inhalt des vorliegenden Papiers noch hatten sie Möglichkeiten auf dieses Einfluss zu nehmen.

Die Verfasserin dankt dem CCF Kinderhilfswerk, Plan International Deutschland e.V., der Kindernothilfe, dem SOS-Kinderhilfswerk und besonders World Vision Deutschland für die kooperative und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Die verwendeten Materialien der Organisationen werden jeweils im Text genannt, sind aber im Literaturverzeichnis nicht noch einmal gesondert aufgeführt.

### **1.3 *Aufbau der Arbeit***

Im folgenden Abschnitt wird zunächst der Theoriehintergrund der Expertise umrissen. Anschließend werden die mit Kinderpatenschaften arbeitenden Organisationen identifiziert und die wichtigsten Organisationen dargestellt. Hier geht es vor allem um Fragen entwicklungspolitischer Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit. Es wird versucht, Darstellung und Einschätzung der Arbeit voneinander zu trennen. Die Einschätzung der Kinderpatenschaften der untersuchten Organisationen wird von daher im nachfolgenden Abschnitt vorgenommen.

Dabei dienen die zuvor geäußerten grundsätzlichen Überlegungen zu Kinderpatenschaften als Referenzrahmen. Abschließend werden einige Anregungen für die Arbeit in diesem Feld gegeben.

## **2 Die Vermittlung von Kinderpatenschaften als entwicklungspolitisches und entwicklungspädagogisches Problem – zum Theoriehintergrund der Expertise**

### **2.1 Die Unterstützung von Kindern – der anthropologische Hintergrund**

Kinderpatenschaften stoßen auf Resonanz, da sie an die Grundüberzeugung anknüpfen, dass Kinder des besonderen Schutzes einer Gesellschaft bedürfen.

Kinder sind, das ist der weitgehende Konsens moderner Gesellschaften westlicher Prägung spätestens seit der „Entdeckung der Kindheit“ (Ariès 1975), besonders schützenswert. Für Eltern sind Kinder das wertvollste Gut. Mit dem Beginn der Neuzeit wird diese Haltung generell auf die in einer Gesellschaft aufwachsenden Kinder transferiert. Auch wenn die Gesellschaft der Bundesrepublik nicht unbedingt in dem Sinne kinderfreundlich ist, als dass in die Zukunft von Kindern, in deren Ausbildung und in deren Versorgung gesellschaftlich in besonderem Maße investiert würde: Ohne Frage ist aber die Auffassung Allgemeingut, dass Kinder in einer Gesellschaft besonders schützenswert sind. Gerade da Kinder immer wieder gefährdet sind, und Kinder sich selbst gesellschaftlich nur wenig Resonanz verschaffen können, ist die *Schutzbedürftigkeit* von Kindern gesellschaftlicher Konsens.

Diese gesellschaftliche Haltung gegenüber Kindern ist auf *Individualebene* anthropologisch in der Stammesgeschichte verankert. Das sogenannte „Kindchenschema“, das heißt die typische Physiognomie eines Kleinkindes, mobilisiert spontane Beschützerinstinkte. Kleinkinder werden spontan als „süß“, als besonders schützenswert wahrgenommen (vgl. Eibl-Eibesfeldt 1987). Diese evolutionäre Prägung verweist funktional auf die besondere Bedeutung von Kindern für die Zukunft einer Gruppe oder Gesellschaft.

Auch das Amt des Paten weist in christlicher Tradition auf die Schutzwürdigkeit von Kindern hin. Mit der Taufe bekommen Kinder einen oder mehrere Paten zur Seite gestellt, die als „geistliche Eltern“ (das Wort Pate stammt aus dem lateinischen „patrinus“, das auf das Wort pater/Vater zurückgeht) dem Getauften helfen sollen, in den Glauben und die Gemeinde hineinzuwachsen. Mit diesem Amt verbinden sich kulturell auch Erwartungen materieller Unterstützung. Mit dem Patenamte werden den Eltern also weitere Unterstützer ihrer Kinder zur Seite gestellt.

Mit Kindern werden besondere *Werte* verbunden. Sie stehen für das rein Menschliche, das politisch und gesellschaftlich Unverbrauchte. Hilfe für Kinder abstrahiert von politischen



Zwängen und strukturell verursachten Konflikten. In einer komplexen Weltgesellschaft mit nur schwer zu durchschauenden Handlungsoptionen stehen Kinder bzw. die Hilfe für Kinder häufig deshalb auch für einfache, klare, übersichtliche und humane Optionen. Der mit der Unterstützung von Kindern verbundene Wertehorizont kann leicht dazu genutzt werden, von gesellschaftlichen Problemen, die Kindern Entwicklungsmöglichkeiten rauben, abzulenken. Der Schriftsteller Milan Kundera beschreibt in „Die unerträgliche Leichtigkeit des Seins“ (Sechster Teil ab Kapitel 7) die Instrumentalisierung von Kindern als politischen Kitsch, der gesellschaftliche Analyse durch „die Diktatur des Herzens“ verdrängt. Dieser belletristischen Analyse eines weit verbreiteten gesellschaftlichen Phänomens entspricht dem in der Erziehungswissenschaft als „pädagogischem Kitsch“ beschriebenen Phänomen, wenn Kinder zur Befriedigung eigener Bedürfnisse verniedlicht werden, als hilflose Opfer dargestellt werden oder über Kinderbilder von politischen Kontexten abgelenkt wird (vgl. Bilstein 1990, Reichenbach 2003). Kinderbilder rühren häufig an tiefliegende Muster und Klischees, an die verklärte Sehnsucht der Übersichtlichkeit und Geborgenheit eigener Kindheitserfahrungen. Sie entlasten psychologisch.

Kinderpatenschaften befinden sich strukturell in dieser Ambivalenz zwischen der berechtigten Hilfe und Unterstützung schutzbedürftiger Kinder einerseits und der Instrumentalisierung von Kinderbildern andererseits. Einerseits ist es ein wichtiger gesellschaftlicher Wert, sich um die Belange von Kindern zu kümmern und Kinder zu unterstützen. Andererseits eignen sich Bilder von Kindern nur zu gut, um unübersichtliche gesellschaftliche Zusammenhänge zu verkürzen. Der Verweis auf die Unterstützung bedürftiger Kinder entlastet potenziell. Es wird zu fragen sein, wie die hier untersuchten, im Feld von Kinderpatenschaften arbeitenden Organisationen mit dieser Spannung umgehen.

## **2.2 Die Unterstützung von Kindern – der entwicklungspolitische Hintergrund**

In der Entwicklungszusammenarbeit ist bekannt, dass Hilfe für Einzelpersonen nicht effektiv ist bzw. zu Schäden in der Sozialstruktur der betroffenen Gemeinschaften führen kann. Von daher besteht weitgehender entwicklungspolitischer Konsens, dass Maßnahmen der Entwicklungszusammenarbeit Strukturmaßnahmen der Selbsthilfe bedeuten.

Kinderpatenschaften im Nord-Süd-Kontext knüpfen an die christliche Tradition der Patenschaft an. Ähnlich wie die Taufe bezeugende Paten sollen Menschen, die im Nord-Süd-Kontext eine Patenschaft übernehmen, ein bestimmtes Kind in seinem Aufwachsen unterstützen. Patenschaften im Nord-Süd-Kontext entwickelten sich historisch aus der Arbeit der

Missionsgesellschaften. Hier war der Bezug einer Patenschaft zum Zeugnis der christlichen Taufe noch unmittelbar gegeben, gleichzeitig stand aber auch die materielle Unterstützung im Mittelpunkt. Heute ist die Patenschaft im Nord-Süd-Kontext nicht mehr mit der Taufe verbunden. Gleichwohl sind es diese historischen Wurzeln, die die Patenschaft als Unterstützerform besonders häufig im christlichen Milieu finden lässt.

Aus der Arbeit der Missionsgesellschaften entwickelte sich mit dem Entstehen selbstständiger Kirchen und eigenständiger Nationalstaaten eine Form der Unterstützungsarbeit, die sich an Kinder in Heimen und an Kinder in Internaten wandte sowie die Einzelförderung von Familien unterstützte. Spätestens in den siebziger Jahren wurde erkennbar, dass diese Art von Unterstützung problematisch war: Durch die Unterbringung in Heimen wurde das soziale Netz von Kindern in ihrer Verwandtschaft geschwächt oder gar zerstört; die Einzelförderung brachte Zwietracht in Gemeinden und häufig stellten sich nicht die gewünschten Effekte der Armutsminderung ein. Im Kontext des Paradigmenwechsels der Entwicklungszusammenarbeit in den achtziger Jahren hin zu einer am Gemeinwesen orientierten und Selbsthilfe befördernden Entwicklungszusammenarbeit wurden Patenschaften zunehmend weniger gefördert. Stattdessen geht es um die Unterstützung von Projekten der Entwicklungszusammenarbeit, die Kinder mit ihren Bedürfnissen vor allem im Gesundheits- und Bildungssektor in den Mittelpunkt stellt.

Für die Werbung von Spenden der Entwicklungszusammenarbeit entstand so ein Dilemma: Einerseits ist es entwicklungspolitisch sinnvoll, Projekte der Entwicklungszusammenarbeit zu fördern, andererseits lassen sich mit der Werbung für Kinderpatenschaften aus den oben genannten Gründen leichter Spenden sammeln als für jene der Entwicklungszusammenarbeit. Spender gehen bei der Übernahme einer Kinderpatenschaft eine langfristige Bindung ein, die den Hilfsorganisationen die Planung erleichtert.

Mit diesem Dilemma kann strukturell unterschiedlich umgegangen werden:

- Eine Haltung ist diejenige, die Arbeit mit Kinderpatenschaften gänzlich aufzugeben. Dies bedeutet Einbußen in der Spendenwerbung, gleichzeitig aber eine konsequent an Projekten orientierte Form der Entwicklungszusammenarbeit, die so auch nach Außen kommuniziert wird.
- Eine weitere Möglichkeit liegt darin, als Organisation deutlich zu machen, dass Projekte gefördert werden, im Rahmen dieser Projekten aber Patenschaften anzubieten. Patenschaften sind dann tendenziell eher ein Marketinginstrument, um über die Verbindung von Kindern mit bestimmten Projekten der Entwicklungszusammenarbeit Spenden zu akquirieren.

- Eine weitere Möglichkeit liegt in der Ausweitung des Patenschaftsgedankens auf Projekte und Themenfelder, z.B. in der Übernahme von Projektpatenschaften oder Patenschaften für Gebäude etc.
- Eine andere Möglichkeit liegt darin, weiterhin an der klassischen Patenschaftsarbeit d.h. der Unterstützung einzelner Kinder festzuhalten und diese auch in die Öffentlichkeit zu kommunizieren.

### **2.3 *Der historische Kontext***

Die Diskussion über die Vermittlung von Kinderpatenschaften in Deutschland kann nicht losgelöst gesehen werden von einer breiten westdeutschen Debatte über diese Arbeitsform in den siebziger und achtziger Jahren.

In den siebziger Jahren wurden die Patenschaftsprogramme der Hilfswerke terre des hommes und der Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt einer zunehmenden Kritik von Partnerorganisationen aus dem Süden unterzogen (vgl. auch für die folgende Darstellung Göttische 1993). Patenschaften seien Einzelfallhilfe und würden nicht an den Ursachen von Armut und Entwicklungsproblemen ansetzen. Im Kontext von Patenschaften würden Kinder in Heimen untergebracht und damit familiäre und soziale Strukturen zerstört. Patenschaften würden Kinder isolieren und Neid erzeugen. Die Organisation von Patenschaften verursache einen hohen Verwaltungsaufwand und sei damit teuer. Diese Kritik war Grund für terre des hommes, die Deutsche Welthungerhilfe und die Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt, die Patenschaftsprogramme einzustellen. Hilfswerke, die weiterhin auf Patenschaften setzten, kamen in die Kritik. Besonders intensiv entzündete sich die Auseinandersetzung zwischen den Hilfswerken Brot für die Welt und der Kindernothilfe. Beide Organisationen sind im Umfeld der evangelischen Kirche angesiedelt. Die Kindernothilfe behielt ihr Patenschaftsprogramm bei. Die Kooperation beider Werke in Übersee wurde eingestellt.

Der Konflikt entzündete sich wieder, als der Ausschuss für entwicklungsbezogene Bildung und Publizistik (ABP) Ende der achtziger Jahre eine Arbeitshilfe zum Thema Patenschaften konzipiert hatte. Hier sah sich die Kindernothilfe nicht richtig dargestellt. Die Arbeitshilfe erschien in einer überarbeiteten Version 1992.

Beide Konflikte führten zu einer deutlichen Veränderung der Arbeit der Kindernothilfe ab Mitte der achtziger Jahre. Die entwicklungspolitische Bildung rückte mit Seminaren und didaktischem Material stärker in den Vordergrund, die Projektarbeit bekam neue Akzente

und wurde ein neuer Spendenbereich. Zudem engagierte sich die Kindernothilfe in der Lobbyarbeit sowie bei der Verankerung von Entwicklungsarbeit im bundesdeutschen Raum in der Arbeit von Dachorganisationen. Die unterstützten Kinder wurden von der Pflicht, Briefe zu schreiben, entbunden. Kritiker monierten 1993, dass zwar die Öffentlichkeitsarbeit der Kindernothilfe eine größere Distanz zu Patenschaften erkennen lasse, nicht aber deren Arbeit in Übersee (so Rainer Kruse von der Stuttgarter Arbeitsgemeinschaft Kinder in der Dritten Welt AGKID in Götttsche 1993, S.21f.). Die Kritik entzündete sich vor allem an der Koppelung von Patenschaftsarbeit mit Heimunterbringung. Die Kindernothilfe unterstützt heute zwar weiterhin Kindertagesstätten und Schülerwohnheime; Schwerpunkt bei der Neuaufnahme von Projekten sind jedoch Gemeinwesenprogramme und die Unterstützung von Aktivitäten der Selbsthilfe.

#### **2.4 Zusammenfassung: Das entwicklungspädagogische Problem**

Entwicklungspolitische Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit ist deutlich schwieriger als die Mobilisierung der Bevölkerung für Maßnahmen, die im unmittelbaren Erfahrungsumfeld der Bürgerinnen und Bürger liegen. Entwicklungszusammenarbeit ist ein Politikfeld, das im Fernbereich außerhalb des Erfahrungsraumes von Menschen angesiedelt ist, das sehr langfristige und langsame Wirkungen zeigt, das komplex ist, das mit strukturellen Fragen verbunden ist, das paternalistischen und zum Teil auch rassistischen Vorstellungen und Vorurteilen gegenüber steht und das mit einer an politischen Krisen orientierten Medienberichterstattung konfrontiert ist. Von daher wird es als schwierig wahrgenommen (vgl. exemplarisch Wilmsen 2001, 2004; Scheunpflug 1996, 2004).

Ein wichtiger und integraler Bestandteil entwicklungspolitischer Strukturmaßnahmen ist von daher die entwicklungspolitische Bildungsarbeit, die dazu beitragen soll, Verständnis für dieses Politikfeld zu wecken. Der Deutsche Bundestag hat die entwicklungspolitische Bildungsarbeit explizit als wichtige Säule der Entwicklungszusammenarbeit bezeichnet, die wesentlich die Nachhaltigkeit der Entwicklungszusammenarbeit unterstützt (Drucksache 146959, 25.9.2001).

Entwicklungszusammenarbeit wird in bedeutendem Umfang über Spenden durch die Zivilgesellschaft und die Arbeit von Nichtregierungsorganisationen geleistet. Mit der Professionalisierung der Arbeit in diesem Sektor wächst der Druck, auf ein kalkulierbares Spendenaufkommen zurückgreifen zu können. An dieser Stelle entsteht nun ein Problem: Es ist aus den oben genannten Aspekten schwieriger, für Projekte der Entwicklungszusammenarbeit Spenden zu mobilisieren als für die Unterstützung von konkreten Kindern (oder kon-

kret durch Naturkatastrophen oder andere erschütternde Ereignisse Betroffene). Gleichzeitig ist es von Bedeutung, in der Öffentlichkeit auf notwendige strukturpolitische Fragen hinzuweisen und dem in Industriestaaten verbreiteten Paternalismus entgegen zu wirken. Langfristig geht es schließlich darum, politische Strukturen so zu verändern, dass die Entwicklungszusammenarbeit überflüssig wird.

Wenn unter den um Spenden werbenden Organisationen kein Konsens darüber besteht, in welchem Maße Entwicklungsprobleme personalisiert werden, entsteht ein mehrfaches Ungleichgewicht:

- Die Organisationen, die eine persönliche Beziehung zwischen Spender und Empfänger aufbauen oder aufzubauen vorgeben, werden leichter Spenden einwerben als diejenigen, die dieses nicht tun. Personalisierung bedient anthropologische Bedürfnisse.
- Die Organisationen, die auf Personalisierung setzen, erschweren für diejenigen, die das nicht tun, die Spendenwerbung, da die Sensibilisierung für Fragen der Entwicklungszusammenarbeit umso schwieriger wird, je deutlicher das Umfeld durch Personalisierung gekennzeichnet ist.
- Die Organisationen, die nur auf Personalisierung setzen, leisten – unter der freilich etwas optimistischen Vorraussetzung, dass die Öffentlichkeitsarbeit auf Resonanz stößt – einen potenziell geringeren Beitrag dafür, die langfristigen Ziele der Entwicklungszusammenarbeit in Industriestaaten zu erreichen. Langfristige Ziele der Entwicklungszusammenarbeit sind nicht nur über Hilfe, sondern vor allem über Strukturveränderungen zu erreichen, für deren Notwendigkeit in der deutschen Bevölkerung Verständnis zu schaffen ist.

Ein fachlicher Konsens – freilich auf breitem Niveau, der Platz einräumt, die unterschiedlichen Profile der einzelnen Organisationen sichtbar werden zu lassen – erleichtert damit allen die Arbeit.

### **3 Kinderpatenschaften in der deutschen Entwicklungszusammenarbeit – eine Bestandsaufnahme**

#### **3.1 Vermittelnde Organisationen**

Es gibt eine Vielzahl von Organisationen, die ihre Entwicklungszusammenarbeit auch oder überwiegend über Kinderpatenschaften finanzieren. Für diese Studie wurden 21 Organisationen identifiziert. Sie unterscheiden sich im Hinblick auf die Anzahl der vermittelten Patenschaften, im Hinblick auf die Organisationsstruktur, im Hinblick auf die Art der Förderung sowie im Hinblick auf die Einnahmen der jeweiligen Organisationen. Zudem differiert der jeweilige weltanschauliche Hintergrund.

Zunächst wird ein Überblick über die Organisationen, nach Einnahmen und Anzahl der unterstützten Kinder, gegeben. Aufgeführt sind alle diejenigen Organisationen, die bei einer Internet-Recherche im Sommer 2004 identifiziert werden konnten.

Name der Organisation	Einnahmen im Jahr 2003 gesamt	Anzahl unterstützter Kinder/vermittelten Patenschaften <sup>1</sup>
Aktionsgruppe Kinder in Not e.V.	773.092,00 €	?
CCF Kinderhilfswerk	9.273.241,94 €	20.172
Christusträger-Waisendienst	?	?
Deutsche Humanitäre Stiftung	213.532,00 €	102
Georg Ludwig Rexroth-Stiftung	?	?
Haiti-Kinder-Hilfe	?	140
Human Help Network e.V.	2.014.570,67 €	?
Kinderdorf Peru e.V.	?	?
Kinderdorf Rio e.V.	?	?
Kinderhilfe Gambia e.V.	?	1.018
Kinderhilfswerk Global Care	ca. 70.000 €	ca. 3500
Kindernothilfe e.V.	46.900.000,00 €	ca. 205.000/105.000 <sup>2</sup>
Plan International Deutschland e.V.	42.485.578,00 €	156.448 <sup>3</sup>
Projekthilfe Chile e.V.	61.231,08	ca. 300?
Projekthilfe Dr. Luppä e.V.	?	60
Rudolf-Walther-Stiftung	?	?
SOS-Kinderdörfer (Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland e.V.)	121.390.000,00 €	43.000/215.000 <sup>4</sup>
Themba-Gesellschaft zur Förderung Bedürftiger im südlichen Afrika e.V.	183.676,00 €	ca. 200
Unsere kleinen Brüder und Schwestern e.V.	ca. 5.000.000 €	ca.3.000
World Vision Deutschland e.V.	50.136.782,00 €	102.808

<sup>1</sup> In den meisten Organisationen ist die Anzahl der unterstützten Kinder mit der Anzahl der Patenschaften gleichzusetzen bzw. es wird in der öffentlichen Darstellung nicht zwischen beiden Größen getrennt (vgl. Anmerkung 3).

<sup>2</sup> Auskunft des Pressereferats; 205.000 Kinder bezeichnet die Anzahl der insgesamt unterstützenden Kinder; 105.000 werden davon durch Patenschaften unterstützt.

<sup>3</sup> Nur die Anzahl der vermittelten Patenschaften; die Anzahl der unterstützten Kinder sei laut Auskunft von Plan um ein Vielfaches höher.

<sup>4</sup> Die erste Zahl gibt die Anzahl der Patenschaften in Deutschland wider, die zweite die Anzahl der Patenschaften weltweit (telefonische Auskunft).

Tab. 1: Organisationen im Bereich von Kinderpatenschaften nach Einnahmen und Anzahl unterstützter Kinder. Quellen: Projektberichte im Internet; Geschäftsberichte der Jahre 2003; für die SOS-Kinderdörfer/Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland 2002/3.

Eine Liste der Adressen der jeweiligen Organisationen findet sich im Anhang.

Nicht in der Tabelle aufgeführt ist die Heilsarmee in Deutschland. Diese Organisation vermittelt Patenschaften, lässt diese aber ausschließlich durch die Kindernothilfe betreuen. Ihre Zahlen sind in die Angaben der Kindernothilfe integriert.

Nach Größe und Anzahl vermittelter Patenschaften lassen sich mehrere Gruppen von Organisationen identifizieren:

- Zum einen professionell arbeitende Kinderhilfswerke mit einem Einnahmenvolumen ab ca. neun Millionen Euro und mehr als 20.000 unterstützten Kindern pro Organisation. Dazu zählen Plan International Deutschland e.V., World Vision Deutschland e.V. und das CCF Kinderhilfswerk e.V., die Kindernothilfe und die SOS-Kinderdörfer. Diese Organisationen betreiben professionelle Spendenwerbung und haben beim Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen das Spendensiegel beantragt und erhalten. Plan International Deutschland e.V., World Vision Deutschland e.V., die Kindernothilfe und das CCF Kinderhilfswerk sind Mitglieder bei VENRO.
- Zum zweiten Kinderhilfswerke, die mit einer Mischstruktur aus ehren- und hauptamtlichen Engagement operieren, bis zu zwei Millionen Einnahmen verzeichnen und maximal 3.500 Kinder unterstützen (Human Help Network e.V., Kinderhilfswerk Global Care, Aktionsgruppe Kinder in Not e.V., Kinderhilfe Gambia e.V., Deutsche Humanitäre Stiftung, Themba-Gesellschaft zur Förderung Bedürftiger im südlichen Afrika e.V., Projekthilfe Dr. Luppä e.V.). Diese Organisationen werben meist im kleinen Umfeld von Freundeskreisen.
- Zum dritten Kinderhilfswerke, die sich aus sehr kleinen privaten Stiftungen bzw. Freundeskreisen speisen, sich häufig auf ein oder wenig mehr Projekte beziehen und weniger als tausend Kinder unterstützen (Rudolf-Walther-Stiftung, Georg Ludwig Rexroth Stiftung, Kinderdorf Rio e.V., Christusträger-Waisendienst, Haiti-Kinder-Hilfe, Kinderdorf Peru e.V.). Diese Organisationen werben ausschließlich in Freundeskreisen und arbeiten in Deutschland ehrenamtlich. Manchmal handelt es sich um Unterstützung einzelner Einrichtungen.
- Das Kinderhilfswerk „Unsere kleinen Brüder und Schwestern e.V.“ fällt aus diesen Kategorien heraus, da es nur einen kleinen Anteil des Einkommens über Patenschaften erwirtschaftet. Es arbeitet als internationale Organisation; es konnte nicht genau ermittelt werden, welcher Geschäftsanteil sich aus Spenden aus Deutschland speist. Das Hilfswerk arbeitet im katholischen Milieu.



In dieser Arbeit wird die erste Gruppe von Organisationen genauer untersucht. Deren Einnahmen und Patenschaften sind in der folgenden Tabelle nochmals im Überblick zusammengestellt:

Name der Organisation	Einnahmen im Jahr 2003 gesamt	Anzahl unterstützter Kinder/vermittelter Patenschaften <sup>1</sup>
CCF Kinderhilfswerk	9.273.241,94 €	20.172
Kindernothilfe e.V.	46.900.000,00 €	ca. 205.000/105.000 <sup>2</sup>
Plan International Deutschland e.V.	42.485.578,00 €	156.448 <sup>3</sup>
SOS-Kinderdörfer (Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland e.V.)	121.390.000,00 €	43.000/215.000 <sup>4</sup>
World Vision Deutschland e.V.	50.136.782,00 €	103.808

<sup>1</sup> Siehe Anmerkung 1, Tab.1.

<sup>2</sup> Siehe Anmerkung 2, Tab. 1.

<sup>3</sup> Siehe Anmerkung 3, Tab. 1.

<sup>4</sup> Siehe Anmerkung 3, Tab. 1.

Tab. 2: Organisationen im Bereich von Kinderpatenschaften nach Einnahmen und Anzahl unterstützter Kinder. Quellen: Projektberichte im Internet; Geschäftsberichte des Jahres 2003; für die SOS-Kinderdörfer/Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland 2002/3.

### 3.2 Kurzportraits der Organisationen

Im Folgenden werden die genauer untersuchten Organisationen in wenigen Aspekten portraitiert.

#### *CCF Kinderhilfswerk:*

Das CCF Kinderhilfswerk (Christian Children's Fund - Kinderhilfswerk) wurde 1938 als Chinese Children's Fund zur Unterstützung Chinesischer Waisenkinder in den USA von einem Missionar gegründet. Das CCF Kinderhilfswerk ist ein säkulares Hilfswerk, das sein eigenes Selbstverständnis an der christlichen Nächstenliebe orientiert („Hilfe zur Selbsthilfe im Sinne christlicher Nächstenliebe“). Das CCF Kinderhilfswerk Deutschland ist Mitglied von CCF International. CCF International hat weltweit zwölf Mitgliedsorganisationen. *Partner* von CCF Kinderhilfswerk sind sieben Organisationen (davon drei Mitglieder bei CCF International sowie vier weitere Werke). Die vom CCF Kinderhilfswerk unterstützten Projekte

werden durch diese Partnerorganisationen realisiert. Das CCF Kinderhilfswerk ist eine selbstständig arbeitende Organisation, deren Entscheidungen alleine durch die Mitgliederversammlung gefällt werden.

*Ziel* der Organisation ist es, sich aktiv an der Gestaltung der Zukunft von Kindern und ihrer Familien zu beteiligen. Das CCF Kinderhilfswerk unterstützt überwiegend Elterngruppen in Selbsthilfeprojekten. Die *Finanzierung* erfolgt überwiegend über Patenschaften. Das CCF Kinderhilfswerk warb bis in das Jahr 2000 ausschließlich für Patenkinder, seit dieser Zeit wird auch für andersartige Spenden geworben. Die Patenschaftsprojekte des Hilfswerks sind als Gemeinde bezogene Familienhilfeprojekte konzipiert. Die Verwaltung der Gelder in „Elternräten“ in der Mehrzahl der unterstützten Projekte (für Projekte in Littauen, Lettland und Burundi werden andere Formen der Zusammenarbeit gewählt) verweist auf eine Form der Entwicklungszusammenarbeit, die partnerschaftliche Kooperation und Selbsthilfe in den Vordergrund stellen möchte. Über die Patenwerbung und -betreuung hinaus wird vereinzelt *entwicklungsbezogene Bildungs- oder Öffentlichkeitsarbeit* über die Kooperation im Aktionsbündnis gegen AIDS geleistet.

#### *Kindernothilfe e.V.:*

Die Kindernothilfe ist ein Kinderhilfswerk mit protestantischem Hintergrund, gegründet im Jahr 1959 von „engagierten Christen“ (so die Werbebroschüre „Zukunft stiften“). Die Organisation arbeitet ausschließlich im deutschsprachigen Raum, die Kindernothilfe Österreich wurde 1996 gegründet, im Jahr 2004 folgte die Gründung der Kindernothilfe Stiftung in der Schweiz. *Ziel* der Organisation ist es, „Kindern und Jugendlichen aus den ärmsten Schichten der Bevölkerung eine Lebensperspektive zu ermöglichen“ (ebd.). Im Mittelpunkt stehen Bildung und Ausbildung. „Die Hilfsangebote umfassen Ernährung, Kleidung, medizinische, schulische und pädagogische Betreuung, Maßnahmen zur Rehabilitation für Kinder mit Behinderungen sowie Gemeinwesenprogramme, etwa zur Dorfentwicklung.“ (ebd.) Die Kindernothilfe unterstützt Kinderheime und Schulen und fördert integrierte Dorfentwicklungsprojekte der Entwicklungszusammenarbeit. Die Kindernothilfe setzt sich für die Rechte von Kindern ein und „engagiert sich im Kampf gegen Kinderprostitution, Kinderhandel und Kinderpornographie und gegen die Zwangsrekrutierung von Kindern und Jugendlichen zum Militärdienst.“ (ebd.). Für die letzt genannten Ziele wurden in den letzten Jahren verschiedene Großflächenplakate verwendet. Die *Finanzierung* erfolgt über unterschiedliche Instrumentarien, unter denen Patenschaften eine wichtige Rolle spielen. Das Hilfswerk bietet ein breites Spektrum unterschiedlicher Unterstützungsmöglichkeiten: von Patenschaften über Projektpartnerschaften bis zu Zustiftungen und Testamenten. Die Kindernothilfe engagiert sich im Bereich der *entwicklungsbezogenen Bildungs- und*

*Öffentlichkeitsarbeit* und weist diesen Arbeitsbereich in Publikationen dezidiert aus. Sie bietet Schulklassen Aktionen an wie Internetchats oder die „Aktion Staubengel“, mit der einerseits Spenden für die Organisation gesammelt werden, andererseits aber auch auf Themen wie Kinderarbeit aufmerksam gemacht wird. Für die Arbeit mit Schulklassen werden didaktische Materialien produziert. Es gibt ehrenamtliche Unterstützergemeinschaften (Basarbastelkreise etc.) für die Kindernothilfe, die vom Hilfswerk durch Informationen unterstützt werden.

#### *Plan International Deutschland e.V.:*

Plan International wurde von einem britischen Journalisten während des Bürgerkriegs in Spanien gegründet, um dem Krieg ausgesetzten Kindern eine Unterstützung zu ermöglichen. Nach dem zweiten Weltkrieg weitete sich die inhaltliche und organisatorische Basis des Hilfswerks. Plan International Deutschland e.V. (im Folgenden: Plan) ist eine *Partnerorganisation* der in 15 Ländern arbeitenden Organisation „Plan International“. Die nationalen Büros arbeiten selbstständig; die Arbeit wird über eine internationale Koordinierungsstelle in Großbritannien abgestimmt. *Ziel* des Hilfswerkes ist die Unterstützung von Projekten der Entwicklungszusammenarbeit in den Bereichen Gesundheit, Bildung und Ausbildung, Lebensumfeld, einkommensschaffende Maßnahmen, und „Interkultureller Austausch“ in 45 Ländern. Mit interkulturellem Austausch sind primär die Maßnahmen zur Kommunikation zwischen Pate und Patenkind gemeint. Zudem werden Aktionen zu Kinderrechten in den unterstützten Gebieten finanziert. Zentraler Fokus aller Projekte ist die Zentrierung auf das Kind. Das Hilfswerk unterstützt Gemeindeprojekte, die einzelnen Patenkinder werden als „Botschafter der unterstützten Gemeinden“ verstanden. Sie ermöglichen eine persönliche Beziehung der Spender zum Projekt. Sämtliche Projekte werden durch die internationale Koordinierungsstelle in Großbritannien betreut; das deutsche Büro in Hamburg beschäftigt sich ausschließlich mit der Spenderbetreuung und -werbung. *Finanziert* wird die Arbeit überwiegend durch Patenschaften, auf die sich auch die Werbung der Organisation konzentriert. Plan Deutschland beschäftigt Personal für *entwicklungsbezogene Bildungsarbeit* bzw. die Arbeit an Schulen. Nach eigenen Angaben unterstützen 1.000 Schulklassen die Arbeit von Plan; didaktisches Material für diese Zielgruppe liegt nicht vor. Im Jahr 2003 wurde von der internationalen Koordinierungsstelle eine internationale Strategie für Entwicklungspädagogik ausgearbeitet (development education framework, 2003). Diese unterscheidet nicht grundsätzlich zwischen der Arbeit in Geber- und Nehmerländern. Im Internet findet sich ein Diskussionsforum, in dem mit wenigen Beiträgen auch das Thema „Umdenken im Unterricht“ vorkommt. Es finden sich hier Erfahrungsberichte von Schülern, die im Unterricht etwas über Plan erfahren haben, sowie von Lehrkräften. Plan hat im Jahr 2002 die Ausstellung „Welt-SpielZeug“ ermöglicht, die in den Jahren 2002 bis 2004 in zehn deutschen Städten gezeigt wurde. Patenschaften werden auch von Schulklassen übernommen. Plan beteiligt sich an

Kampagnen wie der „Global campaign for education“, einer Lobbyaktion, die sich für Grundbildung in Ländern des Südens einsetzt, sowie an weiteren Kampagnen. Die entwicklungspolitische Bildungsarbeit des Hilfswerks wird im Jahresbericht und an anderen zentralen Stellen der öffentlichen Darstellung (Homepage, Werbung) nicht thematisiert. Vor diesem Hintergrund wird die strategische Verankerung der entwicklungsbezogenen Bildungsarbeit Außenstehenden nicht erkennbar.

#### *SOS-Kinderdörfer/Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland e.V.*

Das erste SOS Kinderdorf wurde 1949 in Tirol/Österreich gegründet. Seit 1959 gibt es diese Organisation in Deutschland als ein privates Sozialwerk, das konfessionell und politisch unabhängig ist. Nationale SOS-Kinderdorfvereinigungen sind in einem *Dachverband* „SOS-Kinderdorf international“ zusammengeschlossen; der Dachverband hat seinen Sitz in Österreich. Zu den Aufgaben des Dachverbands gehört die Koordination der Aktivitäten sowie „die Ausbildung und Entsendung von Mitarbeitern zum Aufbau neuer SOS-Kinderdörfer in den Entwicklungsländern“ (Hermann Gmeiner, *Die SOS-Kinderdörfer*, 2003, S.131). *Ziel* der Organisation ist es, Kindern ein Zuhause zu geben, denen dieses fehlt. Die Kinder leben in Familien ähnlichen Großgruppen (eine Mutter mit sechs bis zehn Kindern); zehn bis zwanzig dieser Familien bilden ein SOS-Kinderdorf. Zunächst für Kinder in Europa konzipiert, wird 1963 das erste SOS-Kinderdorf in Korea gegründet. Heute gibt es SOS-Kinderdörfer in 132 Ländern. „Das große Interesse, mit dem die Kinderdorf-Idee in diesen Ländern [gemeint: Entwicklungsländern] aufgenommen wurde, hat zunächst überrascht.“ (Hermann Gmeiner, *Die SOS-Kinderdörfer*, 2003, S.113). Die Organisation finanziert in Ländern des Südens Kinderdörfer, aber auch soziale Einrichtungen im sozialen Umfeld, die der gesamten Bevölkerung zu Gute kommen, wie Kindergärten, Sozialstationen oder Schulen. Betont wird für die Arbeit in Ländern des Südens die Bedeutung einer guten Erziehung in der SOS-Kinderdorf-familie, die Bedeutung einer Ausbildung und das Selbsthilfe-Prinzip. Das Hilfswerk hat ein sehr klar international ausgerichtetes Konzept, das sich gleichermaßen auf Kinderdörfer im Norden wie im Süden bezieht. Regionale Unterschiede werden thematisiert, etwa die Koppelung von SOS-Kinderdörfern mit AIDS-Hilfsprojekten im südlichen Afrika (vgl. *Leistungsbericht 2002/2003*). *Finanziert* wird die Arbeit durch Spenden, Patenschaften für Kinder, Familienhäuser, Dörfer und Bauprojekte (vgl. *Prospekt Zahlen und Fakten*). Informiert wird intensiv über Patenschaften für Dörfer. Die Patenschaften machen einen geringen Teil des Spendenaufkommens aus. *Entwicklungspolitische Bildungsarbeit* wird nicht angeboten. Die SOS-Kinderdörfer verstehen sich – obwohl mit vielen Projekten in Ländern des Südens aktiv – nicht als eine entwicklungspolitische Nichtregierungsorganisation, sondern als unpolitisches, karitatives Kinderhilfswerk.

### *World Vision Deutschland e.V.:*

World Vision arbeitet vor einem „christlichen Selbstverständnis“, das auf die Bewegung von Billy Graham zurück geht. Das internationale Werk ist eine private Gründung eines amerikanischen Journalisten nach den Erfahrungen im Korea-Krieg in den fünfziger Jahren.

World Vision Deutschland e.V. ist der deutsche, rechtlich selbstständige Zweig von World Vision International. Die Entwicklungszusammenarbeit ist christlich motiviert. Die Zusammenarbeit mit Menschen unabhängig ihres religiösen Hintergrunds wird betont.<sup>3</sup> World Vision ist vom Ökumenischen Rat der Kirchen als internationales ökumenisches Werk anerkannt, in Deutschland aber als überkonfessionelles Hilfswerk nicht in die Strukturen der Kirchen eingebunden. World Vision Deutschland e.V. sieht sich in eine weltweite *Partnerschaft* „mit rund 18.000 Mitarbeitern in 100 Ländern“ eingebunden (Faltblatt Gutes Tun mit World Vision). Länder des Nordens und des Südens werden als gleichberechtigte Partner beschrieben. *Ziel* der Arbeit sind „über persönliche Kinderpatenschaften geförderte Regional-Entwicklungsprojekte, die neben der Nahrungssicherung auch Gesundheitsversorgung, Bildung und Gewerbeförderung umfassen.“ (Faltblatt Gutes Tun mit World Vision). Gefördert werden Dorfentwicklungsprogramme und Regionalentwicklungsprogramme. World Vision Deutschland e.V. (im Folgenden World Vision) ist in den folgenden drei Arbeitsfeldern aktiv (Jahresbericht 2003): Entwicklungszusammenarbeit, Humanitäre Hilfe sowie Öffentlichkeitsarbeit und Anwaltschaft. Im letzten Arbeitsfeld wird die Information von Spendern gleichberechtigt mit entwicklungspolitischer Lobbyarbeit und Beteiligung an entwicklungspolitischen Kampagnen genannt (vgl. Jahresbericht 2003, S. 16/17). Die unterstützten Projekte werden in Deutschland durch eine Projektteilung begleitet, die diese in Zusammenarbeit mit den jeweiligen World Vision Partnern vor Ort umsetzen. *Finanziert* wird die Arbeit von World Vision Deutschland überwiegend über Kinderpatenschaften. Ein Teil der Projekte wird durch staatliche Förderung (EU, BMZ, Auswärtiges Amt) subsidiär finanziert.

World Vision hat im Jahr 2004 eine Anzeigen- und Werbekampagne (u.a. in Großstädten, in der Deutschen Bahn und in Zeitschriften [Chrismon, Die Zeit]) geschaltet, die das 25 jährige Jubiläum der Organisation mit der Frage „Wann werden Sie Pate?“ verknüpft. Auf diesem in Orange und Hellblau gehaltenen Werbeplakat lächelt ein etwa fünf-jähriger schwarzer Junge optimistisch gegen das Licht auf den Betrachter.

Lobbyarbeit ist Teil der Zielsetzung der Organisation. Sie beteiligt sich an der „Globalen Bildungskampagne“. An dieser Kampagne ist auf internationaler Ebene World Vision Internati-

---

<sup>3</sup> Dieses wird hier deshalb betont, da sich World Vision Deutschland e.V. in dieser Hinsicht erkennbar von der US-Organisation von World Vision unterscheidet, die Nähe zu evangelikalem, fundamentalistischem Christentum - etwa in den Gebetsideen für einzelne Patenkinder in unterschiedlichen Ländern - zeigt und missionarische Aktivitäten erkennen lässt.

onal ebenfalls beteiligt. World Vision hat 1999 an der Kampagne zur Verschuldung mitgearbeitet sowie am Aktionsbündnis gegen Aids, an der Koordination Kindersoldaten, am Kleinwaffen-Netzwerk DAKS, und sich gegen Mädchenbeschneidung engagiert. Im Jahr 2002 bemühte sich das Hilfswerk um intensive Medienarbeit im Bereich der Katastrophenhilfe (vgl. Jahresbericht 2002, S. 16). Gemeinsam mit dem Dritte Welt Haus Bielefeld, der Kindernothilfe und Misereor wurde ein Unterrichtsmaterial für die Oberstufe und die Erwachsenenbildung zum Thema „Verschuldung“ herausgebracht; dieses Material ist der einzige dezidiert feststellbare Beitrag zur *entwicklungsbezogenen Bildungsarbeit*. Nach eigener Auffassung beteiligt sich World Vision bisher zu wenig an Aufgaben der entwicklungsbezogenen Bildung, plant aber, dieses Engagement zu verstärken. Einige erste Schritte seien dazu bereits umgesetzt.

*Zusammenfassend* kann festgehalten werden:

- Plan sowie das SOS-Kinderdorf arbeiten vor dem Hintergrund einer allgemeinen humanitären Orientierung.
- World Vision und die Kindernothilfe sind dezidiert christlich motiviert. Das CCF Kinderhilfswerk bezieht sich auf christliche Werte.
- World Vision, CCF und Plan sind selbstständige deutsche Partnerorganisationen einer international arbeitenden Organisation der Entwicklungszusammenarbeit bzw. eines internationalen Netzwerkes gleichartiger Organisationen. Bei Plan liegt die Projektabwicklung bei einer internationalen Koordinierungsstelle. World Vision Deutschland arbeitet direkt mit Partnern im Süden zusammen. Die Kindernothilfe wickelt ihre Projekte ebenfalls selbstständig ab. Das CCF Kinderhilfswerk arbeitet direkt mit Partnerorganisationen innerhalb und außerhalb von CCF zusammen.
- Die Kindernothilfe engagiert sich für strukturelle bzw. politische Akzente der Entwicklungszusammenarbeit, etwa im Bereich von Kinderrechten oder dem Kampf gegen die Kinderprostitution und wirbt für diese Themenbereiche intensiv. Diese Themen werden auch in Deutschland in der entwicklungspolitischen Bildung bearbeitet. Plan beginnt sich im Bereich der Kinderrechtsarbeit in Zielländern zu engagieren, kommuniziert diesen Inhalt aber nicht offensiv. Das Thema wird nicht für die Bildungsarbeit in Deutschland fruchtbar gemacht. World Vision und das CCF Kinderhilfswerk transportieren überwiegend ihre eigenen Projekte und engagieren sich bisher kaum in übergeordneten Fragen der entwicklungsbezogenen Bildung. World Vision möchte sich in Zukunft in diesem Bereich intensiver engagieren.
- Die SOS-Kinderdörfer arbeiten international gleichermaßen im Norden wie im Süden. Im Gegensatz zu den anderen hier genannten Hilfswerken steht nicht die Nord-Süd-

Differenz im Vordergrund, sondern die Unterstützung eines bestimmten Erziehungskonzepts für Kinder ohne Zuhause. Engagement in der entwicklungsbezogenen Bildung ist nicht erkennbar.

### **3.2 Art der vermittelten Patenschaften und ihr Stellenwert in der Strategie der Organisation**

Die Art der vermittelten Patenschaften ist mit dem Stellenwert von Patenschaften in der Strategie der Organisation oft untrennbar verbunden.

Der Stellenwert von Patenschaften innerhalb einer Organisation lässt sich am klarsten über die damit eingeworbenen Finanzmittel ausdrücken. Die folgende Tabelle nennt die Organisation und den Anteil, den Patenschaften an den Einnahmen der Organisation ausmachen:

<b>Name der Organisation</b>	<b>Anteil der Einnahmen aus Patenschaften am Gesamt der Einnahmen im Jahr 2003</b>	<b>Anteil der Einnahmen aus Patenschaften am Gesamt der Einnahmen aus Spenden (incl. Testamenten)</b>
CCF Kinderhilfswerk	73 % <sup>1</sup>	81 % <sup>1</sup>
Kindernothilfe	72 %	78 %
Plan International Deutschland	93,3 %	98,6 %
SOS-Kinderdorf	8,7 %	10 %
World Vision	67,0%	91,7%

<sup>1</sup> Die Angaben konnten nicht aus dem Jahresbericht ermittelt werden und wurden in dieser Form durch das CCF Kinderhilfswerk zur Verfügung gestellt.

Tab. 3: Stellenwert der Einnahmen aus Patenschaften; Quellen: Jahresberichte 2003; für SOS Kinderdörfer/Hermann-Gmeiner-Fonds aus dem Jahr 2002

In den hier untersuchten Organisationen nehmen Patenschaften einen unterschiedlichen Stellenwert ein. Alleine bei den SOS-Kinderdörfern ist dieser Anteil mit 10 % niedrig. Bei den weiteren untersuchten Werken liegt der Anteil zwischen 78 und 99 %. Auffallend ist der hohe Anteil von Patenschaften in der Arbeit von Plan. Von daher ist anzunehmen, dass Kinderpatenschaften bei CCF, Plan, World Vision und der Kindernothilfe eine bedeutende Rolle für die Strategie der Organisation einnehmen.

Alle vier Organisationen machen deutlich, dass sie *keine* Einzelfamilien durch *personengebundene Finanzhilfe* unterstützen. Bei CCF und bei World Vision kommen Personen gebundene Spenden auf Wunsch von Paten vereinzelt vor, werden aber nicht beworben.

Alle vier Organisationen versichern, dass die Gelder in *Projekte* der Entwicklungszusammenarbeit fließen und keine Einzelfamilien bedacht werden, sondern *Maßnahmen* gefördert werden, die Infrastruktur verbessern, Bildung und Gesundheit ermöglichen sowie Armut verhindern. In den Maßnahmen wären auch Kinder ohne Patenschaft integriert. Diese Grundstruktur wird allerdings unterschiedlich intensiv kommuniziert:

#### *CCF Kinderhilfswerk:*

Das CCF Kinderhilfswerk setzt überwiegend auf Patenschaftsspenden und hat erst vor wenigen Jahren überhaupt die Möglichkeit einer Projektspende angeboten. Durch die Öffnung für Spenden der Projektzusammenarbeit erhofft man sich auch die Spender zu erreichen, die sich nicht langfristig binden möchten. Diese Konzeptveränderung wird auch entwicklungspolitisch begründet. Zwischen 2001 und 2004 hat sich der Anteil der Patenschaftsspenden an den Einnahmen nach Angaben der Organisation um ca. 30 % verringert, da andere Einnahmequellen, z.B. die Projektunterstützung, erschlossen wurden. Damit soll eine „Übergewichtigkeit von Patenschaftsspenden langfristig“ vermindert werden (Brief vom 26. November 2004).

Die Patenkinder werden als „Mittler“ zwischen dem Projekt und dem Spender gesehen. Es werden Kinder bis in das Alter von 13 Jahren vermittelt; eine Patenschaft läuft bis zum Ende der Grundschul- bzw. Berufsausbildung des Jugendlichen. Ein Kind wird nur einmal vermittelt um eine persönliche Beziehung zu gewährleisten, eine Mehrfachvermittlung wird abgelehnt.

Auf der Homepage wird zur Patenschaft direkt aufgefordert; Land und Geschlecht des Patenkindes können gewählt werden. Über die Patenschaft wird folgendermaßen informiert:

„Als Pate oder Patin eines Kindes in einem CCF Hilfsprojekt beteiligen Sie sich aktiv an der Gestaltung der Zukunft dieses Kindes und seiner Familie. Grundlage dafür ist der Patenschaftsbeitrag, den Sie regelmäßig über CCF Kinderhilfswerk dem Projekt zukommen lassen.

[...] Sie haben die Möglichkeit, sich durch Briefe oder sogar Besuche mit Ihrem Patenkind und seiner Familie auszutauschen. Gleichzeitig geben Sie dem Projekt mit Ihrer monatlichen Spende die Möglichkeit, langfristig eine Entwicklung zu erreichen, die sich positiv auf alle Bereiche des täglichen Lebens auswirkt. Die elementaren Bedürfnisse der Kinder nach gesunder Ernährung, ärztlicher Versorgung, Ausbildung und Kleidung werden gedeckt. Die Infrastruktur der Projekte wird verbessert bzw. in vielen Fällen überhaupt erst geschaffen. Auch die Erwachsenen können meist an Maßnahmen teilnehmen, die ihnen Wissen und ein regelmäßiges Einkommen sichern.



[...] Um die Familien nicht in eine materielle Abhängigkeit zu führen und die effektive Arbeit der Projekte zu gewährleisten, werden die Patenschaftsbeiträge nicht direkt ausbezahlt, sondern von einem gewählten Elternrat verwaltet. Der Elternrat entscheidet, welche Summen für welche Maßnahmen eingesetzt werden. Auf diese Weise wird ein Projekt, das meist eine oder mehrere Gemeinden oder Stadtteile umfasst, mit der Zeit unabhängig von finanzieller Unterstützung. Die Menschen haben nach dem Prinzip ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ gelernt, ein eigenständiges Leben zu führen – und die Kinder haben eine Zukunft.“

Quelle: Homepage des CCF; 9.10.04

Die Information legt die Vorstellung nahe, dass sich Elterngruppen zusammen setzen um gemeinsam zu überlegen, was mit dem gespendeten Geld für ihre Kinder sinnvoll gemacht wird. Die mit entsprechenden Projekten geleistete Entwicklungszusammenarbeit wird als familiennahe Hilfe zur Selbsthilfe beschrieben.

Daneben können Projekte unterstützt werden:

„Mit der Projekthilfe unterstützen Sie ein ausgewähltes Hilfsprojekt durch monatliche Spenden, ohne die Patenschaft für ein Kind zu übernehmen. [...] Projekthilfeprogramme sind besondere Vorhaben: Größere Summen werden benötigt, wenn ein Projekt seine Programme erweitert oder eine Anschubfinanzierung braucht. Die Gelder werden für den Aufbau neuer bzw. für die Erweiterung bestehender Projekte eingesetzt: Verbesserung der Trinkwasserqualität, Kauf von Saatgut, Erntegeräten oder Grundstücken, Errichtung von Häusern, Sozialzentren und Krankenstationen, Bau von Latrinen, Bereitstellung von sauberem Trinkwasser, Ausstattung von Kindergärten und Schulen, Durchführung von Ernährungs-, Schul- und Ausbildungsprogrammen“.

Quelle: Homepage des CFF, 9.10.04

Die Gegenüberstellung von Patenschaft und Projekten im Jahresbericht ist unübersichtlich, da ein grundsätzlicher entwicklungspolitischer Unterschied („besondere Vorhaben“) zwischen beiden suggeriert wird. In der Praxis dürfte es sich jedoch um unterschiedliche Formen der Finanzierung projektbezogener und Selbsthilfe orientierter Entwicklungszusammenarbeit handeln.

Berichte über Patenschaften stellen die eigene Wohltätigkeit in den Mittelpunkt; auch bei Berichten von Schulklassen ist dies nicht anders:

„25 Gymnasiasten sind Paten für ein Mädchen in Benin

Die SchülerInnen der damaligen Klasse 11b des Gymnasiums in Spaichingen wollten helfen. Ihre Hilfe wollten sie jedoch nicht in einen anonymen Topf werfen, sie sollte "Gesicht und Körper" haben. Eine Patenschaft war da genau das richtige. Via Internet begab sich Lisa auf die Suche und wurde beinahe erschlagen von der riesigen Auswahl an gemeinnützigen Organisationen. Die Lösung kam aus der eigenen Klasse: Marlenes Familie hatte bereits eine Patenschaft bei CCF Kinderhilfswerk übernommen. Über die website von CCF holten Lisa, Marlene & Co. sich dann alle wichtigen Informationen. Vor allem der niedrige Verwaltungskostenanteil von maximal 20 Prozent überzeugte.

Die SchülerInnen waren von der Idee, auf diese Weise einem Kind in Afrika zu helfen, begeistert. Der Unterstützung von Euphrasie Lokossa aus Benin stand nichts mehr im Wege. Jeden Monat sammelt Lisa etwa 1 € vom Taschengeld ihrer MitschülerInnen ein und steckt das Geld in die Spendenkasse. Inzwischen hat sich ein

Schreibpool gebildet, ein fünfköpfiges Team, das den regelmäßigen Briefwechsel - übrigens auf Französisch - mit Euphrasie managt. Die Klasse hat schon viel über die Lebensumstände des Patenkindes erfahren.“

Quelle: <http://de.ccf-europe.org/klassenkasse.html>, 9.10.04

Hintergrundinformationen oder entwicklungspolitische Zusammenhänge werden nur wenig thematisiert. Vielmehr erscheinen Menschen unselbstständig und hilfsbedürftig. Der Jahresbericht bedient ebenfalls diese Stereotype. Zudem steht in der Informationsarbeit häufig die Werbung für die eigene Organisation im Mittelpunkt.

#### *Kindernothilfe:*

Die Kindernothilfe bietet eine Reihe unterschiedlicher Fördermöglichkeiten: Patenschaften, Projektpartnerschaften, Start-Fonds und die Einzahlung in eine Stiftung, die die Kindernothilfe unterstützt. Die Einzahlung in Startfonds beinhaltet eine regelmäßige Zahlung. Sie ist möglich im Bereich der „Mädchen- und Frauenförderung“ sowie im Hinblick auf „Kinder in besonderen Lebenslagen“. Hierfür werden regelmäßige Zahlungen von Spendern auf einem niedrigeren Niveau als bei Patenschaften erbeten.

Patenschaften beziehen sich auf Gesundheitsversorgung, Ernährung, Schulbesuch, Berufsausbildung und Therapie. Deutlich wird auf den Projektcharakter hingewiesen: „Abhängig von der Art des Projekts kommt Ihre Unterstützung auch der Familie und der Dorfgemeinschaft zugute.“ (Broschüre „Jedes Kind zählt“). Oder: „Doch die finanzielle Hilfe durch die Patenschaft beschränkt sich nicht auf das einzelne Kind. Unsere Erfahrungen haben gezeigt: Wenn die Unterstützung auch das Umfeld des Mädchen oder Jungen mit einbezieht, erhält die Hilfe einen nachhaltigen Charakter. Aus diesem Grund fördert die Kindernothilfe neben den traditionellen Tagesstätten und Wohnheimen zunehmend Projekte, in denen die Kinder des Gemeinwesens im Mittelpunkt stehen.“ (Jahresbericht 2003, S.5) In einem ausführlichen Artikel wird im Jahresbericht beschrieben, wie sich die Patenschaft zu der Gemeinwesen orientierten Entwicklungsarbeit verhält (vgl. ebd. S. 12-15). Damit müsste jeder Spender verstehen, dass das für das Patenkind eingesetzte Geld in das Lebensumfeld von Kindern und nicht in diese direkt investiert wird. In der Broschüre „Kindernothilfe – Partnerschaft, Gemeinwesenorientierung, Bildung und berufliche Bildung, Patenschaft, Breitenwirksamkeit“ vom Oktober 2002 wird darauf verwiesen, dass „bei der Übernahme einer Patenschaft [...] ein konkretes Kind“ in einem Projekt gefördert wird (S.13) („Die finanzielle Förderung gilt dem Projekt oder dem Gemeinwesen und nicht nur dem einzelnen Patenkind“, S.13). Zudem wird auf die Möglichkeit eines „finanzielle[n] Lastenausgleich[s] zwischen kostengünstigeren Projekten (z.B. Kindertagesstätten) und sehr teuren Projekten (z.B. Projekte zur Betreuung von Kindern mit Behinderungen) oder Projekten in verschiedenen Regionen mit stark unterschiedlichem Kostenniveau [...]“ hingewiesen (ebd).

Die Kindernothilfe sieht eine persönliche (mit Briefverkehr) und eine unpersönliche Patenschaft (ohne Briefverkehr) vor. In den Publikationen nimmt die Darstellung von engagierten Menschen – im Norden für die Kindernothilfe, im Süden für die Verbesserung der Lebenssituation – einen breiten Raum ein. Dabei geht es auch um Wohltätigkeit, aber auch um die Aufklärung über Strukturen, politische Hintergründe und politische Anwaltschaft. Partner werden genannt und die Aktivitäten anderer deutlich herausgestellt. In den Publikationen schwingt mit, dass man früher eher auf die Finanzierung von Heimen oder Tagestätten gesetzt habe, nun aber zu Gemeinwesen orientierten Projekten übergegangen sei. Evaluatonsergebnisse werden im Jahresbericht angesprochen. Damit wird für Leser die konzeptionelle Entwicklung der Kindernothilfe seit den neunziger Jahren potenziell transparent und nachvollziehbar. Kinder werden mit Überschriften wie „Vertrauen auf die eigenen Stärken“ (Jahresbericht 2003, S.12) als aktiv Handelnde beschrieben, und auch dann noch als Akteure sichtbar, wenn sie durch die Kindernothilfe Unterstützung erhalten (vgl. ebd. S. 9, S.23). Im Kindernothilfe Magazin stehen Projekte und Gruppen im Vordergrund, nicht die persönliche Hilfe durch Patenschaften. Deutlich gemacht wird aber auch das Engagement von Spendern.

Ein „Gebetsrundbrief“ thematisiert exemplarisch Schicksale von Menschen und stellt diese in politische Zusammenhänge. Auch hier werden Menschen als aktive Gestalter thematisiert, die Unterstützung brauchen.

#### *Plan:*

Für Plan Deutschland ist die Patenarbeit das Kerngeschäft. Zusätzlich zur Patenschaft kann auch in einen „Mädchen Fond“ eingezahlt sowie Projektspenden getätigt werden. Deutlich wird auf der Homepage und in Publikationen kommuniziert, dass mit der Finanzierung einer Patenschaft in die Bereiche Gesundheit, Bildung und Ausbildung, in das Lebensumfeld (meist Infrastrukturmaßnahmen der Wasserversorgung, Latrinenbau etc.), einkommensschaffende Maßnahmen zur Verringerung von Armut und in den Bereich Kinderrechte investiert wird. „Mit der Patenschaft bei Plan helfen Sie einem Kind in der Dritten Welt, seiner Familie, seinem Dorf oder seinem Stadtviertel [...] Sie helfen mit der Patenschaft, in der Gemeinde Ihres Patenkindes eine Schule oder eine Krankenstation zu errichten, Impfungen durchzuführen oder einen Brunnen zu bauen. Das Wichtigste dabei: Sie ermöglichen Ihrem Patenkind einen dauerhaften Weg aus der Armut!“ (Homepage, Oktober 2004).

Kinder werden als aktive Partner beschrieben (beispielsweise im Beitrag „Kindorientierte Gemeindeentwicklung, Jahresbericht 2003, S12). Die Verbindung zwischen Patenschaft und Gemeindeentwicklung wird kommuniziert (z.B. im Jahresbericht 2003, S.12), allerdings nicht so offensiv dargestellt, wie dies bei der Kindernothilfe der Fall ist. Wichtig ist Plan, auf die

Darstellung leidender Kinder zu verzichten. Plan formuliert den Anspruch, „Ursachen und Folgen von Kinderarmut in unserer Arbeit entgegenwirken zu wollen“ (Die strategischen Leitlinien von Plan 2004, S.4).

Ein besonderer Stellenwert nimmt bei Plan der „interkulturelle Austausch“ ein. Dieser ist als expliziter Aufgabenbereich der Organisation genannt und wird mit Projektmitteln finanziert. In diesen Bereich fallen Maßnahmen wie „Organisation der Kommunikation zwischen Pate und Patenkind in den Projektbüros und den nationalen Organisationen; Übersetzung von Briefen, Fotografien, Berichte für Paten, kulturelle Hintergrundinformationen, Postversand und Porto, Druck und andere Kosten für Kommunikation“ (Rechenschaftsbericht 2003; S.15). Mit diesem Ansatz wird offensiv geworben: „Außerdem bekommen Sie Post von Ihrem Patenkind. So können Sie direkt am Lebensweg Ihres Patenkindes teilnehmen, und Sie erfahren mehr über das Leben der Menschen vor Ort. Sie erhalten einen Einblick in eine Kultur, die Sie vielleicht so manches Mal überraschen und bewegen wird. Und wenn Sie möchten, können Sie Ihr Patenkind sogar besuchen und persönlich miterleben, was Ihre Hilfe bewirkt.“ (Homepage). Der Briefaustausch mit den Patenkindern ist bei Plan ein wichtiges Instrument der Patenarbeit. Die Patenschaftsbetreuung ist als eigener Programmbereich ausgewiesen.

In den strategischen Leitlinien von Plan (2004, S.5) wird der interkulturelle Austausch breiter gefasst. Neben der Kommunikation zwischen Pate und Patenkind wird hier als Programmbereich die „entwicklungsbezogene Bildungsarbeit“ genannt, „um das Engagement für Kinderrechte und –bedürfnisse zu stärken.“ Bei der Lektüre des Rechenschaftsberichtes wird deutlich, dass damit nicht – wie im deutschen Sprachgebrauch üblich – die entwicklungsbezogene Bildung in Industriestaaten gemeint ist, sondern die Aufklärung über Kinderrechte in Ländern des Südens. Ebenso wird als Teil des „Interkulturellen Austausches“ das folgende Arbeitsfeld beschrieben: „Wir müssen Kinder dabei unterstützen, die ungleichen Beziehungen zwischen ihnen und lokalen, nationalen und internationalen Vertretern zu verändern, von denen die Entwicklung ihres Potenzials abhängt. Dies erreichen wir unter anderem durch die Vermittlung unserer Erfahrungen aus der kindorientierten Gemeindeentwicklung“. Anders als im Rechenschaftsbericht beschrieben, wird der „interkulturelle Austausch“ als Programmbereich in den strategischen Leitlinien offensichtlich als eine Art Sammelrubrik für alle Formen nicht-materieller Unterstützungsarbeit für Kinder (Lobby, Advocacy-Arbeit, Schulungen für Kinder zum Thema Kinderrechte) verstanden. Zudem ist dieser Arbeitsbereich aber auch hier nach wie vor der Patenbetreuung gewidmet. Unklar bleibt, wie sich dieser Arbeitsbereich von dem ebenfalls im Strategiepapier beschriebenen Bereich der „anerkannten Fürsprache“, ebenfalls eine Form der Lobbyarbeit, systematisch unterscheidet (hier wird u.a. verwiesen

auf die Projekte der „Geburtenregistrierung“ und des „Global Movement for children“, ebd., S.5).

Im Internet können Spender Patenkinder (mit Bild und kurzem Lebenslauf) anklicken, deren Dörfern sie besonders gerne helfen möchten (zum Beispiel: „Mit einer Patenschaft für Amna helfen Sie, dass sie und ihre Freunde dauerhaft mit sauberem Trinkwasser versorgt sind. Damit Amna und die anderen Kinder immer genug zu trinken bekommen, wenn sie Durst haben.“; Homepage, 8.10.04).

#### *World Vision:*

Für World Vision spielen Kinderpatenschaften eine wichtige Rolle; angeboten wird aber auch die finanzielle Unterstützung von Projektpatenschaften und von Nothilfemaßnahmen. Dass Kinderpatenschaften der wichtigste Baustein in der Strategie des Hilfswerkes sind, wird beispielsweise in der Tatsache deutlich, dass in der Broschüre „Gutes tun mit World Vision. Alles über Kinderpatenschaften und andere Möglichkeiten der Hilfe“ explizit die Möglichkeit für Kinderpatenschaften, Projektpartnerschaften und humanitäre Hilfe angesprochen werden, der angeheftete Rückbrief allerdings nur eine Einzugsermächtigung für Kinderpatenschaften, nicht aber für die weiteren Spendenmöglichkeiten bietet (für diese Arbeitsbereiche bietet der Prospekt die Möglichkeit, weitere Informationen anzufordern). Diese Fokussierung auf Kinderpatenschaften bedeutet nicht, dass es die anderen Möglichkeiten nicht gäbe oder diese nicht bedient würden; macht aber deutlich, dass der Schwerpunkt der Arbeit auf Kinderpatenschaften liegt.

Potenziellen Kinderpaten wird eine persönliche Patenschaft zugesichert: „Als Pate wissen Sie von vorneherein, welchem Kind sie helfen und wo dieses Kind zu Hause ist. Einmal jährlich erhalten Sie aus dem WORLD VISION Projekt einen Entwicklungsbericht über ihr Patenkind. Neben einem aktuellen Foto enthält dieser Bericht Angaben über die gesundheitliche und schulische Entwicklung, Interessen und die familiäre Situation. Natürlich ist es auch möglich, mit Ihrem Patenkind in persönlichen Briefkontakt zu treten. Darüber hinaus können Sie Ihr Patenkind und die Familie sogar im Projektgebiet besuchen.“ (S.4; ohne Seitenzählung). Die Auswahl von Kindern kann per Mausclick im Internet wahrgenommen werden, zum Schutz der Kinder sind keine Adressen ins Netz gestellt. Die Werbebroschüren in Zeitschriften listen eine ganze Anzahl von möglichen Patenkindern auf.

World Vision finanziert über Patenschaften Projekte. Dieses wird auch – zumindest implizit – kommuniziert. World Vision geht von einem „mehrstufigen Kommunikationskonzept“ aus, das „Spender sukzessive an die genaueren Modalitäten“ heranzuführt, um ihnen „ein erweitertes

Patenschaftsverständnis und die Notwendigkeiten einer nachhaltigen Veränderung des allgemeinen Umfeldes nahe zubringen“ (Brief vom 8.12.04). Entsprechend schwach wird in der Erstkommunikation der Projektcharakter vermittelt. Hier heißt es: „Mit einer Kinderpatenschaft geben Sie einem Kind die Grundlage für ein menschenwürdiges Leben: regelmäßige ausreichende und gesunde Ernährung, sauberes Wasser zu trinken, ein Dach überm Kopf, medizinische Versorgung und eine Schul- und Berufsausbildung. So kann es eines Tages auf eigenen Füßen stehen und sich selbst und anderen helfen. Darüber hinaus kommt Ihre Unterstützung auch der Familie und der Dorfgemeinschaft zugute.“ (Werbeprospekt, Einlage in der ZEIT). Mit diesem Text wird eine primäre direkte Hilfe an Kinder suggeriert, und erst in zweiter, davon abgeleiteter Weise eine Unterstützung des Umfelds.

In den ausführlicheren Publikationen von World Vision wird dieser Zusammenhang zwischen Patenschaft und Projektarbeit hingegen dargestellt: Hier wird die Förderung des Umfelds in den Mittelpunkt gestellt, von dem sich dann für Kinder eine bessere Lebenssituation ableite: „Mit dem Konzept des integrierten Regional-Entwicklungsprojektes hat World Vision die Kinderpatenschaft neu definiert. Sie stellt heute eine sinnvolle Synthese zwischen persönlicher Patenschaft und einer die Ursachen von Armut bekämpfenden langfristigen Projektentwicklung dar.“ (Broschüre Kinderpatenschaften – Wege zur nachhaltigen Entwicklung, S.15) In anderem Kontext heißt es: „Mit einer Kinderpatenschaft erreichen Sie noch mehr: Sie unterstützen auch die Programme des WORLD-VISION-Projektgebietes, in dem Ihr Patenkind mit seiner Familie lebt. Zu diesen Programmen gehören u.a. Wasserversorgung, die Renovierung von Schulen und Gesundheitsstationen, die Anstellung von Lehrern, die Ausbildung von Gesundheitshelfern, Umweltschutzmaßnahmen sowie Bau und Instandsetzung von Straßen und Brücken.“ (Broschüre World Vision, ohne Zählung).

World Vision hat gemeinsam mit den Schwesterorganisationen in Österreich, Großbritannien und der Schweiz eine Broschüre zum Thema „Kinderpatenschaften – Wege zu einer nachhaltigen Entwicklung?“ (ohne Jahr) herausgegeben, die sich mit den Argumenten gegen Kinderpatenschaften auseinandersetzt. Die Broschüre ist mit einem Geleitwort von Klaus-Jürgen Hedrich, Parlamentarischer Staatssekretär a.D. des BMZ und Vorsitzender der Arbeitsgruppe für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung der CDU/CSU Bundestagsfraktion versehen (beide Titel werden explizit genannt). In dieser Broschüre werden Kinderpatenschaften nur als indirekte Hilfe für die betroffenen Kinder genannt, die von Projektmaßnahmen profitieren (Broschüre Kinderpatenschaften S.9, S.14). Die Gründe für Patenschaften werden in der Spenderrekrutierung und in der Völkerverständigung gesehen: „Sie ist die erfolgreichste Methode, Spender für eine langfristige, regelmäßige und gezielte Unterstützung zu motivieren.“ (ebd. S.14) Die Kinder werden beschrieben als „das Fenster,

durch das die Spender die Projektarbeit wahrnehmen. Durch die Kinder bekommt die Dritte Welt ein Gesicht“ (ebd. S.15). Auch nicht vermittelte Kinder in den Projektgebieten würden unterstützt. Die Symbolkraft von Kindern wird bewusst genutzt: „Der Bevölkerung [gemeint: in den Zielländern, A.S.] wird auch klargemacht, dass wirksame und nachhaltige Entwicklung nur möglich ist, wenn die Projektfinanzierung mit Hilfe des Patenschaftssystems langfristig sicher gestellt werden kann. Das Einverständnis der Einheimischen zum Patenschaftsprogramm ist also eine unabdingbare Voraussetzung [gemeint: für ein Entwicklungsprojekt]“ (ebd. S.22). Die Eltern müssen ihre Einverständniserklärung für die Fotografie ihrer Kinder geben sowie ihr Kind zur Schule schicken, „da die Schulbildung ein integraler Bestandteil der Entwicklungszusammenarbeit darstellt und zudem den Erwartungen der Paten hierzulande entspricht.“ (ebd. S.23). Projektplanung durch Patenschaften würde eine langfristige Planung erlauben und damit ein effektives Instrument der Entwicklungszusammenarbeit darstellen (ebd. S.47). Patenschaften wären kostengünstiger als andere Formen von Spenderwerbung, da man mit langfristigem Engagement rechnen könne (ebd. S.55).

#### *SOS-Kinderdörfer (Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland e.V.):*

Die SOS-Kinderdörfer verbinden mit einer Patenschaft das Konzept der Heimunterbringung, kombiniert mit sozialen Einrichtungen, die sich für Gesundheit und Bildung von Kindern einsetzen. Für Kinderdörfer werden zum Teil eigene Schulen eingerichtet, die auch Kindern der Umgebung zu Gute kommen. Angesichts der hohen Anzahl an Kinderpatenschaften im Verhältnis zur Anzahl der in den Betreuungseinrichtungen lebenden Kindern ist von einer Patenzahl von durchschnittlich fünf Paten pro Kind auszugehen. Diese Relation ist gewollt; Paten werden von Anfang an darauf hingewiesen, dass sie gemeinsam mit anderen Pate seien. Damit würde Paternalismus und Überheblichkeit vermieden.

#### *Zusammenfassende Kommentierung:*

- Der Stellenwert von Patenschaften ist in den beschriebenen Organisationen hoch; damit nehmen Patenschaften strategisch einen besonderen Stellenwert ein. Nur in der Arbeit des SOS-Kinderdorfes spielen Kinderpatenschaften eine geringere Rolle.
- Die Kindernothilfe unterstützt nicht nur politische Kampagnen (wie gegen sexuelle Ausbeutung), sondern kommuniziert diese Art von Arbeit auch breit in ihren Publikationen. Keines der anderen Hilfswerke engagiert sich in diesem Maß.
- Während bei der Kindernothilfe unterschiedliche Spendenformen gleichmäßig beworben werden, wird von World Vision, Plan und CCF die Patenschaft besonders herausgestellt.

- World Vision legt Spendern in einer Broschüre die Standards der Patenschaften in Ländern des Südens offen und setzt sich mit kritischen Argumenten gegen Patenschaften auseinander.
- Bei CFF wird der Zusammenhang zwischen Patenschaft und Projektförderung nicht durchgängig klar kommuniziert. Plan International stellt den Gemeinde bezogenen Entwicklungsansatz offen dar und setzt gleichzeitig auf die personenbezogene Patenschaft. Bei World Vision lässt sich eine Diskrepanz zwischen der in mancher Selbstdarstellung kommunizierten gemeindebezogenen Entwicklungsarbeit und der alleine auf persönliche Beziehungen setzenden Werbung feststellen. In allen drei Organisationen werden die gemeindebezogenen Aktivitäten in der Patenschaftsvermittlung verhalten dargestellt.
- CCF, World Vision und Plan stellen in ihrer Öffentlichkeitsarbeit in besonderer Weise ihre eigene Arbeit in den Mittelpunkt. Jedes Hilfswerk tut dieses und muss das aus Gründen der Spenderwerbung und der Spenderinformation tun. Bei World Vision, CCF und Plan ist die Nennung des Werkes allerdings auffällig häufig im Vergleich zu anderen Akteuren der EZ, vor allem auch der einheimischen Kräfte, die in anderen Organisationen arbeiten oder sich zivilgesellschaftlich engagieren.



### 3.4 Instrumente der Patenschaft

Patenschaften bedürfen der Möglichkeit, dass Pate und Patenkind miteinander in Kontakt kommen. Dazu werden verschiedene Instrumente verwendet:

Organisation	Instrumente der Patenschaft
CCF	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jährlichen Entwicklungsbericht über das Kind</li> <li>- Jährlich einen Brief sowie nach sich entwickelnder Beziehung zum Kind ggf. weitere Briefe</li> <li>- halbjährliche Informationszeitung</li> <li>- projektbezogener Newsletter</li> <li>- Möglichkeit privat finanzierter Reisen zu Patenkindern</li> </ul>
Kindernothilfe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jährlicher Bericht und ggf. auch Brief über das Patenkind</li> <li>- Viermal pro Jahr Spender und Mitgliedsmagazin</li> <li>- Möglichkeit privat finanzierter Projektreisen</li> <li>- Patentreffen in Deutschland</li> </ul>
Plan Deutschland	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Foto des Kindes</li> <li>- jährlicher Entwicklungsbericht über das Patenkind</li> <li>- jährlicher Brief des Patenkindes</li> <li>- Spendermagazin „Plan Post“ vierteljährlich</li> <li>- Hintergrundinformationen über Land, Kultur und Projektkontext</li> <li>- Möglichkeit privat finanzierter Projektreisen</li> </ul>
SOS-Kinderdorf (Hermann-Gmeiner-Fonds)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotos und Berichte</li> <li>- Jährlicher Entwicklungsbericht</li> <li>- Weihnachtsbrief</li> <li>- Spenderzeitung</li> <li>- Möglichkeit im Internet bestimmte Dörfer näher kennen zu lernen</li> </ul>
World Vision	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Foto des Kindes, Projektbeschreibung, Infos über Hinweise zu Patenschaft</li> <li>- Briefe des Kindes</li> <li>- jährlicher Entwicklungsbericht /Fortschrittsbericht Kind und Projekt</li> <li>- Informationen über die Umgebung</li> <li>- halbjährliches Magazin für Förderer „Hilfe direkt“</li> <li>- Magazin „Bausteine zur Selbsthilfe“ mehrere Projekte in einem Land</li> <li>- Möglichkeit privat finanzierter Projektreisen</li> <li>- Informationsmaterialien für Interessierte („Pulsschlag“)</li> </ul>

Tab. 4: Überblick über Instrumente der Patenarbeit; Quelle: Jahresberichte, Internet, Telefonbefragung

Das Spendermagazin des *CCF Kinderhilfswerks* „Journal“ erscheint halbjährlich. Es informiert über das Hilfswerk, über Spender und über verschiedene Aktionen (z.B. Wohltätigkeitskonzerte). Ein Land, in dem das Hilfswerk arbeitet, wird portraitiert. Es wird über unterstützte Projekte berichtet, über Patenreisen und über Patenkindern. Die Arbeit des CCF Kinderhilfswerkes steht im Mittelpunkt, lokale Akteure werden kaum beschrieben. Für

eine Spenderzeitung positiv bemerkenswert ist die Darstellung des Abbruchs eines Projektes aufgrund von Problemen (Heft Oktober 04, S.11). Insgesamt dominieren in der Darstellung endogene Ursachen für Unterentwicklung, auch der genannte Projektabbruch wird auf endogene Ursachen (ethnische Konflikte) zurückgeführt. Die Darstellung des Länderportraits Indien (Heft Mai 04) bedient in der Schwerpunktsetzung gängige Bilder. Es werden die koloniale Herrschaft, der gewaltlose Widerstand Gandhis, das Kastenwesen, der Hinduismus und die Filmindustrie beschrieben (nicht erwähnt werden beispielsweise Indiens Demokratie, die religiöse Vielfalt, die sprachliche Vielfalt, die Anstrengungen der Regierung zur Verminderung der Armut etc.). Ein ganzseitiger Bericht einer anderen Ausgabe thematisiert die Millenniumsziele. Inwieweit eine solche Darstellung repräsentativ für die Darstellung in den Spendermagazinen ist, konnte nicht ermittelt werden.

Die *Kindernothilfe* berichtet vierteljährlich in ihrer Spenderzeitung Kindernothilfe-Magazin über Projekte, Kampagnen und das Engagement in Deutschland. Dabei steht zwar die Arbeit der Kindernothilfe im Mittelpunkt, es kommen im Vergleich zu anderen Organisationen aber auch Initiativen anderer Organisationen relativ ausführlich zu Wort. Partner werden genannt und als selbstständig handelnde Organisationen dargestellt. Menschen aus dem Süden erscheinen als Akteure. Über politische Initiativen in Ländern des Südens (beispielsweise der Versöhnungsprozess in Ruanda) wird berichtet.

*Plan International Deutschland* informiert die Paten in Deutschland vierteljährlich mit dem Magazin „Plan Post“. Das Magazin ist auffällig mit einem Faltblatt ummantelt, auf dem aus dem „Plan Paten Shop“ Geschenke für Patenkinder angeboten werden (Armbanduhren, Haarspangen, Teddybären, Segelflugzeuge, Springseil, Schultensilien, Laster, Fußball, Basketball, Softball etc.). Die angebotenen Waren gehen über das Angebot hinaus, das z.B. UNICEF in seinen Schulkisten bereit hält. Über die Produktion des Spielzeugs werden keine Informationen gegeben; Spielzeug aus fairem Handel wird nicht offensiv angeboten. Die Erträge des Shops fließen in die Projektarbeit von Plan.

Im Inneren des Magazins finden sich neben Aufforderungen zu Spenden zwei heraustrennbare Postkarten. Eine Postkarte zeigt in der Regel ein Kindergesicht und soll zu Werbezwecken innerhalb Deutschlands verschickt werden. Eine weitere Postkarte ist mit einem englischen Text und in der Regel einem kindgerechtem Motiv versehen (Memory, Bilderquiz), die an das Patenkind verschickt werden kann.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Unter interkulturellen Aspekten ist es fraglich, ob das Postkarten-Motiv in Heft 3/2004 sensibel gewählt worden ist. Es zeigt vier Eis essende mitteleuropäische Kinder vor einer Berghütte. Ein Kind sitzt auf dem Schoß einer älteren weiblichen Person, die mit knappsten Shorts bekleidet ist und nackte Oberschenkel zeigt.

Das Magazin berichtet über Spenderinitiativen, Lobbyarbeit, Projektarbeit, Projektreisen und einzelne Patenkinder sowie über politische Ereignisse. Zudem wird über interne Abläufe der Organisation berichtet, so die Schwierigkeiten des Post-Versandes. Dieses Magazin ist in der Gruppe der hier beschriebenen Magazine am deutlichsten auf die Kommunikation zwischen Spender und Patenkind ausgerichtet. Dabei werden auch Probleme der Kommunikation zwischen Paten und Patenkindern thematisiert bzw. erkennbar (so in Heft 3/2004, S.19, S.21; 4/2003, S.8).

Zudem gibt es in unregelmäßigen Abständen erscheinende Faltblätter im gefalteten DIN A3 Format, die über verschiedene Projekte (z.B. „Wasser und sanitäre Grundversorgung“), Lobbymaßnahmen („Geburtenregistrierung“) oder Regionen („Westafrika“) informieren. Diese Informationen sind sachlich; die Information über Regionen bezieht sich wenig auf politische Zusammenhänge, denn auf ethnologische und kulturelle Aspekte.

*World Vision* informiert Paten mit einer Grundsatzinformation „Meine Kinderpatenschaft“. Hier wird auf die Möglichkeiten des Briefkontaktes eingegangen, Anleitungen zum richtigen Schenken gegeben und das Modell der regionalen Entwicklung in Grundzügen erläutert.

Das von *World Vision* herausgegebene „Magazin für Förderer“ mit dem Titel „Hilfe Direkt“ ist stark auf die eigene Organisation bezogen. Die nachfolgende Darstellung bezieht sich auf das Heft März 2004. Von den 15 Beiträgen des Heftes beziehen sich sechs Beiträge auf Aktivitäten in Deutschland im Umfeld von World Vision, vier Beiträge auf Zielländer sowie fünf Beiträge auf Informationen (CD, Kinderseite) und Spendenwerbung (Katastrophenhilfe, Personalvermittlung, Spendenaufruf). Die Beiträge über Zielländer stellen die Aktivitäten von World Vision in den Mittelpunkt. Da World Vision Deutschland überwiegend mit einheimischen World Vision Organisationen zusammenarbeitet, entsteht im Fördermagazin der Eindruck homogener Akteure. Akteure aus der Zivilgesellschaft oder anderen Organisationen kommen seltener vor, ebenso die politischen Bemühungen der Empfängerländer (z.B. im Artikel über Mosambik, S. 14ff.). So entsteht das Bild, dass World Vision in besonderer Weise für die Zielländer aktiv ist; das Engagement von Menschen aus dem Süden zur Verbesserung ihrer eigenen Lage wird weniger erkennbar. Selbst wenn dieses in der Entwicklungszusammenarbeit der Fall ist (wovon auszugehen ist): Für die entwicklungspolitische Bildung ist bedeutsam, dass der Öffentlichkeit und den Spendern die Aktivitäten einheimischer Organisationen transportiert werden. Dieses könnte klarer herausgearbeitet werden<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Zweifelsohne gibt es in der Öffentlichkeitsarbeit von World Vision Stellen, an denen genau dieses kommuniziert wird, beispielsweise im Newsletter 2004 „UNOCANT – Kinder lernen, wie man Kleinkreditprogramme verwaltet“. Diese Produkte richten sich aber weniger an Spenderinnen und Spender, sondern an das interessierte Fachpublikum. Wir haben zwei Jahrgänge der Spenderinformationen ausgezählt (vier Ausgaben) und haben ein überzeugendes Beispiel für die Nennung der Aktivitäten

Die von World Vision herausgegebene Reihe „Bausteine zur Selbsthilfe. Berichte aus unseren Patenschaftsprojekten“ richtet sich ebenfalls an Spenderinnen und Spender. Das in unregelmäßigen Abständen erscheinende Periodikum stellt entweder ein Projektland in den Vordergrund (Januar 2004: Mali und Tschad, Februar 2004: Guatemala, Mai 2004: Tansania, Juli 2004: Dominikanische Republik, September 2004: Indien) oder Querschnittsaufgaben (September 2004: Berichte aus unseren Schwerpunktprojekten). In den Länderheften wird eine allgemeine Darstellung des Landes gegeben, werden einzelne Projekte dargestellt und meistens über die Projektreise eines Paten berichtet. Die Darstellung beschreibt Projektzusammenhänge überwiegend endogen; politische und strukturelle Kontexte von Projekten werden weniger berichtet. Die Darstellung ist sachlich und projektnah. Projekte werden in ihrer internen Komplexität beschrieben. Die Entwicklungszusammenarbeit anderer nichtstaatlicher Organisationen oder im staatlichen Sektor wird kaum erwähnt. Im Hinblick auf die Schwerpunktprojekte wird über Gewerbeförderung, Gesundheit, Kinderrechte und Wasserversorgung informiert.

World Vision gibt darüber hinaus ein Periodikum „Pulsschlag – Informationen aus der Entwicklungszusammenarbeit“ heraus, das sich weniger an Spender als an Interessierte der Entwicklungszusammenarbeit richtet. Das ca. im Halbjahresabstand erscheinende Heft bearbeitet jeweils ein Themenfeld (Frauen, Gipfel in Johannesburg, Krisenprävention, Aids). In diesen Heften kommen Partner und Persönlichkeiten aus Ländern des Südens zu Wort (in Einzelfällen auch als Autoren von Artikeln) und es wird relativ breit über die jeweiligen Themen informiert und auf alternative Informationsquellen im Internet verwiesen. In Struktur und Aufbau ähnelt dieses Periodikum dem „World Vision Journal of human development“ mit dem Namen „Global future“, das vierteljährlich in den USA erscheint und Themen bezogene Informationen bietet. Zu diesem Periodikum tragen Autoren der verschiedenen World Vision Organisationen ebenso bei, wie Autoren aus der Entwicklungsszene außerhalb von World Vision. Die vorletzte Seite dieses Journals ist jeweils einer Reflexion gewidmet, die die Verankerung der Entwicklungszusammenarbeit im christlichen Glauben thematisiert.

Die Gesprächspartnerin der SOS-Kinderdörfer unterstrich im Gespräch, dass der Tourismus ein wichtiges Instrument zur Förderung von Patenschaften sei. In Länder, die Ziel vieler Touristen sind, seien Patenschaften leichter zu vermitteln. Das läge zum einen vor allem daran, dass Reisende in diesen Ländern zum ersten Mal mit Armut von Kindern konfrontiert würden und hier der Wunsch entstünde, durch individuelles Engagement etwas gegen die Armut zu

---

einheimischer Organisationen gefunden („Über ein Kreditprogramm werden Selbsthilfegruppen gefördert, die ein Kleingewerbe aufbauen oder erweitern wollen“, Hilfe Direkt 2/2004, S.21). Insgesamt verändert dieser Befund aber nicht die grundsätzliche Darstellung der Empfänger als inaktiv und abhängig.

unternehmen. Dieser Wunsch könne dann mit Kinderpatenschaften befriedigt werden. Zum anderen wären diese Patenschaften attraktiver, da sich mit Kindern aus diesen Ländern die Hoffnung eines persönliche Kennenlernens verbinden würde, auch wenn nur in einem geringen Anteil persönliche Begegnungsreisen realisiert würden. Das Fördermagazin der SOS-Kinderdörfer lag nicht vor.

Die Fördermagazine ähneln sich insofern, als dass sie alle über die Projekte der Organisation, einzelne Schicksale, Spenderinitiativen und Projektreisen berichten. Sie unterscheiden sich hinsichtlich der Dichte der entwicklungspolitischen Hintergrundinformation, der entwicklungspolitischen Ausgewogenheit im Hinblick auf die Beschreibung endogener und exogener Entwicklungsfaktoren, der Nennung weiterer Akteure der Entwicklungszusammenarbeit, der Nennung von einheimischen Initiativen zur Verbesserung der Lebenssituation und der Darstellung von Kindern als Akteuren. Damit bestärken manche Spendermagazine potenziell paternalistische Überlegenheitsgefühle und tragen wenig zur interkulturellen Verständigung bei. Um einen genauen Überblick über die Magazine zu erhalten, müsste eine über die hier nur stichprobenartige Beschreibung hinausgehende Analyse vorgenommen werden. Am sorgsamsten scheint nach dem ersten Eindruck das Magazin der Kindernothilfe mit diesem Problem umzugehen; allerdings kann erst eine noch ausstehende ausführliche Analyse hier eine genaue Einschätzung liefern.

Bemerkenswert ist das Publikationskonzept von World Vision, das unterschiedliche Informationsdichte für unterschiedliche Zielgruppen vorsieht. Ob damit die harmonisierende Darstellung der Entwicklungszusammenarbeit in Spendermagazinen gerechtfertigt werden kann, muss aus didaktischer und entwicklungspädagogischer Sicht bezweifelt werden; gleichwohl wird anerkannt, dass an anderer Stelle durch die Organisation versucht wird, hinreichende entwicklungspolitische Hintergrundinformation zu geben.

### **3.5 *Finanzaufwand für Patenschaften***

Jede Werbung von Spendern kostet Geld. Bei Patenschaften entstehen – ebenso wie zum Beispiel bei Projektpartnerschaften – Kosten für die Bewerbung der Patenschaft sowie die Betreuung der Paten und die Erhebung von Daten über die Patenkinder (Berichte und Fotos über die Kinder). Patenschaftsorganisationen betonen, dass in ihren Augen dieser Finanzaufwand im Verhältnis zur durchschnittlichen Verweildauer eines Patenschaftsspenders im Vergleich zu projektbezogenen Spenden positiv bilanziert werden müsse. Verlässliche Relational-Rechnungen liegen zu diesem Themenbereich nicht vor, so dass sich an dieser Stelle

unterschiedliche Einschätzungen gegenüber stehen. Festgehalten werden muss, dass an dieser Stelle aufgrund unterschiedlicher Berechnungsmodalitäten auch nur schwer Vergleichbarkeit gegeben ist. Die Stiftung Warentest beschreibt in Heft 12/2004 der von ihr herausgegebenen Zeitschrift „Finanztest“: „Vergleichsweise hoch sind die Verwaltungskosten bei Organisationen, die in erster Linie persönliche Kinderpatenschaften im Rahmen regionaler Entwicklungsprojekte fördern, wie zum Beispiel Plan International und World Vision“ (S.38). Festgehalten werden kann, dass es sich bei Kinderpatenschaften aufgrund der Folgen für die Patenbetreuung vermutlich nicht um eine besonders kostengünstige Spendenwerbung handelt.

Im Hinblick auf den Finanzaufwand der Organisationen für entwicklungsbezogene Bildung weisen CCF und SOS-Kinderdörfer/Hermann-Gmeiner Fonds keine Mittel aus. Die Kindernothilfe weist 3 % aus. Der Anteil bei Plan liegt laut schriftlicher Mitteilung bei 0,7%. World Vision weist den Anteil nicht dezidiert aus; da die Organisation im Bereich der Inlandsarbeit überwiegend Advocacy-Arbeit betreibt, dürften es unter 2 % sein.

### **3.6 Werbung für Patenschaften**

Im Jahr 2004 haben alle Organisationen intensiv für ihre Arbeit geworben.

#### *CCF:*

Das CCF Kinderhilfswerk wirbt bundesweit, führt aber keine Großplakataktionen durch. Prospekte zur Patenschaftswerbung als auch zur Spendenwerbung werden bundesweit gestreut. Bundesweit werben Taxis mit dem Slogan „Hunger! CCF.Kinderhilfe.de“ oder „Hilfe! CCF. Kinderhilfe.de“. Die Homepage bezieht sich auf die Patenwerbung und stellt die finanzielle Unterstützung einzelner Kinder in den Mittelpunkt. Hier wird vor allem ein Kind vorgestellt, dem man durch die Übernahme einer Patenschaft direkt helfen kann und damit eine „Auswahl“ des eigenen Patenkindes suggeriert. Auf der Homepage wird mit Erzählungen über Besuche in Projekten geworben.

#### *Kindernothilfe:*

Die Kindernothilfe wirbt über Anzeigen in kirchennahen Zeitschriften. Sie plakatiert im Jahr 2003/2004 eine Serie Großplakate zu den drei Themenschwerpunkten Flüchtlingskinder, sexueller Missbrauch und Kindersoldaten. Im Jahr 2004/2005 werden zwei Plakate veröffent-

licht, die sich auf das Jahresthema der Kindernothilfe im Jahr 2005 „Armut bekämpfen. Mädchen können mit uns rechnen“ beziehen. Ein Plakat stellt Mädchenbildung in den Mittelpunkt. Die Mädchen werden als aktive Gestalterinnen ihrer Lebenswelt dargestellt („Mädchen können mit uns rechnen“). Das andere Plakat „Wir tun was für Sprösslinge“ bezieht sich auf das Thema Ernährungssicherung.

Großflächige Werbung für Patenschaften macht die Kindernothilfe nicht. Vielmehr gibt es eine Fülle unterschiedlicher Prospekte, die in kirchennahen Kontexten verteilt werden. Durchgängig werden Kinder in den Materialien als aktive Gestalter ihrer Umwelt dargestellt. Die Formulierungen regen zu Perspektivenwechsel an (wie „Mädchen können mit uns rechnen“ oder „Müssen Erben aussehen wie Erben“). Häufig zeigen die im Kontext von Werbung eingesetzten Bilder weiße und schwarze Kinder; es werden nicht nur Vorschulkinder, sondern Kinder unter 12 Jahren gezeigt.

Die Kindernothilfe beschreibt Kinder in ihrer Internet-Präsentation ohne Namen. Potenzielle Paten können das Land und das Geschlecht eines Patenkindes wählen.

#### *Plan International:*

Plan International Deutschland arbeitet auf der Homepage, in Anzeigen und mit Großflächenplakate mit dem Slogan „Öffne deine Augen für meine Welt“. Dieses Motto wird mit verschiedenen Bildern von Kindern im Vorschulalter illustriert. Die Darstellung der Kinder folgt dem „Kindchenschema“ (große Augen, runder Kopf, runde Nase). Die Kinder wirken als Kinder schutzbedürftig, nicht aber im Hinblick auf die Dritte-Welt-Situation. Plan verzichtet konsequent auf die Inszenierung von Leid, Armut oder Hunger.

Die Darstellung zielt direkt auf die Patenschaft; der Betrachter wird direkt aufgefordert, Pate zu werden („Werde Pate!“). Durch die Nebeneinanderstellung der Botschaften „Öffne deine Augen für meine Welt“ und „Werde Pate!“ wird ein kausales Verhältnis unterstellt: Durch die Patenschaft würde man, so die Unterstellung, seine Augen für die Welt dieses armen Kindes öffnen. Genau dieses ist durch Plan beabsichtigt, da mit Patenschaften der gegenseitige interkulturelle Austausch gefördert werden soll.



Abb.: Werbeplakat von Plan, Oktober 2004

Im Internet verfügt Plan International über eine Datenbank, aus der sich Kinder für eine Patenschaft aussuchen lassen. Land und Geschlecht können eingegeben werden. Es erscheint der Lebenslauf eines Kindes mit Namen und Alter. Im Text wird darauf hingewiesen, dass die Hilfe auch anderen Kindern in einem Projekt gilt; die anklickbare Aufforderung „Ja, ich helfe [Name des Kindes]“ suggeriert wiederum persönliche Hilfe. Hier ein Beispiel:

„Ich heiße Angie, bin 5 Jahre alt und lebe in Kolumbien. Wir sind 6 Geschwister.

Ich mag besonders gern auf der Straße spielen. In meinem Heimatland Kolumbien werden Kinder häufig sexuell missbraucht. Viele Kinder werden zu Hause geschlagen, zur Prostitution gezwungen oder müssen arbeiten, um den Lebensunterhalt der Familie zu sichern.

Mit einer Patenschaft für Angie helfen Sie, sie und ihre Freunde durch Präventivprogramme vor häuslicher Gewalt zu schützen. Und Sie helfen den Familien, sich eine Existenz aufzubauen. Damit Angie und die anderen zur Schule gehen können, statt schon von klein auf hart zu arbeiten.

Ja, ich helfe Angie“

[Link zum Anklicken zu einer Erklärung der Übernahme einer Patenschaft]

Quelle: Internet, 8.10.2004

Es wäre lohnenswert, diese Datenbank im Hinblick auf das hier transportierte Bild von Ländern des Südens und von Entwicklungszusammenarbeit genauer zu analysieren. Die in diesem – zufällig ausgewählten – Beispiel unterstellte Beschreibung der Lebenswelt kolum-



bianischer Kinder dürfte wohl einer Prüfung, ob damit die Lebenswelt von Kindern in Kolumbien im Allgemeinen angemessen beschrieben ist, vermutlich nicht stand halten.

Zwar wird in der Datenbank ausdrücklich auf den Schutz von Kindern hingewiesen (keine Adressenmitteilung im Internet), allerdings erhält die Datenbank durch ihre Struktur und die unterstellte Patenkinder-Auswahl eine Katalog ähnliche Wirkung. Spendern wird suggeriert, dass sie sich „ihr“ Patenkind per Bild und Hintergrundinformationen auswählen können. Die Wirkung des Mediums Internet ist hier offensichtlich so stark, dass nicht erkennbar wird, dass es sich bei dieser Datenbank nur um eine Zusammenstellung exemplarisch ausgewählter Kinder (ein Junge, ein Mädchen pro Land) handelt, zumal in einigen Printmedien von Plan dieses Prinzip nicht eingehalten wird (z.B. im Fußzeilen Text von Plan Post 4/2003 sowie in der in diesem Heft eingelegten Werbung).

In Briefwerbung transportiert Plan Formen der Projektarbeit genauer; die Projektarbeit wird dargestellt. Geworben wird mit der persönlichen Beziehung, die zum Patenkind entsteht und wichtiger Bestandteil der Plan-Programmarbeit sei (vgl. z.B. Prospekt Entweder oder, S.5). Plan verwendet Mailingformen, in denen potenzielle Paten sehr direkt angesprochen werden.

#### *SOS-Kinderdörfer:*

Die SOS-Kinderdörfer kennen unterschiedliche Formen von Patenschaften (Kinderpatenschaften, Dorf- und Baupatenschaften), die unterschiedlich beworben werden.

Dorf- und Baupatenschaften werden im Internet sowie in Papierform beworben.

In der Großflächenwerbung wird hingegen keine Dorf- und Baupatenschaft beworben, sondern direkt und ausschließlich auf die Kinderpatenschaft gesetzt. Die Aussage „Jetzt SOS-Pate werden“ ist in nachgeahmter bunter Kinderschrift gesetzt und erhält durch die Schriftwahl ihren Aufforderungscharakter. Zwei Kinder, ein Kind europäischen Hintergrunds sowie eines europäisch-afrikanischen Hintergrunds, werben gemeinsam lächelnd für die Institution. Das T-Shirt mit dem Emblem der SOS-Kinderdörfer weist sie als glückliche Kinder aus, die in einem SOS-Kinderdorf ihre Heimat gefunden haben. Mit diesem Plakat ist ein Fernseh-Werbespot kombiniert.

Für Patenschaften wird zudem durch das Versprechen von Zufriedenheit geworben:

„Paten sind glücklichere Menschen! Eine Studie belegt: Menschen, die eine Patenschaft übernommen haben, zeigen sich in allen Lebensbereichen glücklicher als andere“, so die Internet-Botschaft (10.10.2004). Diese Botschaft wird verbunden mit der Aufforderung „Werden Sie jetzt ein glücklicher SOS-Pate“. Interessant ist auf der Homepage der Hinweis, dass

für in Deutschland lebende Kinder aus Datenschutzgründen keine Patenschaften vermittelt werden dürfen, da die Lebensgeschichten von Kindern nicht an Dritte weitergegeben werden dürfen. Potenzielle Paten können ihre Wünsche im Hinblick auf das Land oder Geschlecht des Kindes äußern.



Abb.: Werbeplakat der SOS-Kinderdörfer

#### *World Vision e.V.:*

World Vision e.V. ist im Hinblick auf die Werbung ebenso aktiv wie Plan. Verschiedene Werbemittel kommen zum Einsatz: ganzseitige Anzeigen (z.B. in Chrismon auf der U4), Zeitungen beigelegte Werbeprospekte (z.B. in der ZEIT), Plakatierung in der Deutschen Bahn und auf Großflächen.

Die Plakatwerbung zeigt einen optimistisch in die Zukunft blickenden Jungen aus Afrika im Vorschulalter. Das Plakat fragt auffordernd „Wann werden Sie Pate?“. Die Werbung wird verbunden mit dem Hinweis auf das 25-jährige Bestehen der Organisation.



Abb. 3: Werbeplakat von World Vision Deutschland

Die Werbeprospekte stellen die Botschaft „Noch 25.000 Kinder brauchen einen Paten“ in den Mittelpunkt. Diese Zahl wird nicht begründet; sie suggeriert einerseits, dass noch Hilfe gebraucht wird, andererseits aber auch, dass die Unterstützung machbar ist. Auf der Broschüre werden „25 Kinder von 25.000“ stellvertretend mit Passbildern, Name, Herkunftsland und Alter dargestellt. 15 Jungen und 10 Mädchen im Alter von drei bis elf Jahren blicken in die Kamera (Durchschnittsalter 6,7 Jahre). Auffordernd wird gefragt: „Welches davon ist Ihr Kind?“. Kleingedruckt wird mitgeteilt: „Die hier abgebildeten Kinder sind Kinder, für die wir Paten suchen. Sie stehen stellvertretend für Tausende Kinder, die dringend Paten brauchen. Sollte Ihr hier abgebildetes Wunschkind bereits vermittelt sein, wenn Sie anfragen, schicken wir Ihnen einen anderen Vorschlag.“ (Werbeprospekt). Diese Katalog ähnliche Werbung findet sich auch im Internet, hier werden Kinder ebenfalls mit Kurzbiografien vorgestellt und lassen sich per Mausklick auswählen. Diese Form der Werbung ist durch World Vision im Jahr 2005 eingestellt worden.

Der Text des Prospekts weist für aufmerksame Leser implizit auf den Projektcharakter der Förderung hin: „Mit Ihrer Patenschaft für 30.- Euro im Monat leisten Sie eine Hilfe, die vielen Menschen zugute kommt. So werden für die ganze Familie Ihres Patenkindes bessere

Wohn- und Lebensbedingungen geschaffen. Die Ernährung wird dank gezielter Hilfen für die Landwirtschaft wesentlich verbessert. Zudem sorgen Programme zur Einkommensförderung langfristig für finanzielle Unabhängigkeit. Alle Kinder des Projekts profitieren von Schulbau und der Anstellung von Lehrern. Ihre Patenschaft leistet darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Wasser- und Gesundheitsversorgung.“ (Werbeprospekt).

Eine ähnliche Botschaft transportiert der Werbeprospekt , der mit drei Bildern eines schwarzen Mädchens und den Bildunterschriften „Warum werde ich nie satt?“, „Warum darf ich das Wasser nicht trinken?“ und „Warum sind Sie nicht mein Pate?“ wirbt.

#### *Zusammenfassung:*

- Die Werbung der SOS-Kinderdörfer verzichtet auf eine Nord-Süd-Dimension.
- Mit der Nennung fiktiver Zahlen („25.000 Kinder“) wird suggeriert, dass das Problem von Armut und Unterentwicklung durch Spenden beherrschbar ist. Damit wird diese Werbung der Komplexität der Entwicklungszusammenarbeit nicht gerecht.
- Die Werbung der Kindernothilfe zeigt Kinder und ihre Eltern als aktive Gestalter von Welt. Exogene Ursachen von Unterentwicklung kommen, beispielsweise im Hinblick auf die Probleme des Sex-Tourismus, auch in der Plakatwerbung in den Blick.
- Die durch manche Werbung nahegelegte Auswahl von Patenkindern als „Wunschkind“ zur Auswahl ist problematisch. Damit wird Hilfe stärker auf die Bedürfnisse von Spendern bezogen, als dies gerade vor dem Hintergrund einer Gemeinwesen orientierten Projektpolitik sinnvoll sein kann. Zudem werden Kinderbilder und die Lebensläufe von Kindern instrumentalisiert und es entsteht die Gefahr eines Wettbewerbs individueller Schicksalsschläge zum Zweck der Spendenwerbung.
- Katalog ähnliche Darstellungsformen der für Patenschaften zur Verfügung stehenden Kinder ist problematisch. Damit wird nicht mehr die Gemeinwesen orientierte Entwicklungszusammenarbeit in den Mittelpunkt gestellt, sondern die Förderung bestimmter – dem Spender genehmer – Kinder suggeriert. Dem Bedürfnis von Spendern, zu bestimmen, was mit dem gespendetem Geld passiert, wird in starker Form nachgegeben. Selbst, wenn diese Darstellung nur ein Marketinginstrument wäre: Sie kommt Spendern in ihren Wünschen weit entgegen. Sie widerspricht dem Gedanken der Entwicklungszusammenarbeit und der Katastrophenhilfe, nach dem Menschen aufgrund ihrer Menschenwürde und nicht aufgrund individueller personaler Eigenschaften (wie Aussehen, Alter oder persönlichen Vorlieben) geholfen wird. Letztlich dürfte sie auch den Interessen der Organisationen selbst zuwider laufen, da damit unrealistische Wünsche der Spender auf Sinnstiftung durch eine persönliche Beziehung in besonderer Weise geweckt werden, die langfristig nur enttäuscht werden können.

## 4 Diskussion der Ergebnisse

Die hier vorgelegte Pilotstudie vertritt keinen Anspruch auf empirische Gütekriterien, sondern stellt eine mit hermeneutischen Methoden arbeitende Pilotstudie dar, deren im folgenden formulierte Ergebnisse heuristischen Charakter haben.

### (1) *Werbung für Patenschaften versus Werbung für Projekte*

Die hier untersuchten Organisationen werben für Kinderpatenschaften. Mit den Spenden werden Projekte der Entwicklungszusammenarbeit, in denen die unterstützten Kinder leben, finanziert.

Allen Organisationen gemeinsam ist die Tatsache, dass sie darauf verzichten, Kinder in Situationen extremen Leids abzubilden und damit zu werben. World Vision kommt mit der Broschüre „Warum werde ich nie satt, warum darf ich das Wasser nicht trinken, Warum habe ich nur ein altes Kleid?“ an die Grenze zur leidorientierten Darstellung; allerdings hinterlässt das Foto einen deutlich optimistischeren und charmanteren Eindruck als der Text. Die hier beschriebenen Organisationen kommen damit insgesamt einer wichtigen Grundüberzeugung entwicklungspolitischer Öffentlichkeitsarbeit nach.

Die Werbestrategie der einzelnen Organisationen unterscheidet sich jedoch darüber hinaus deutlich. Die Kindernothilfe kommuniziert die Projektarbeit erkennbar. Sie macht Werbung für Strukturfragen der Entwicklungszusammenarbeit. In ihren Spenderinformationen kommen die Aktivitäten von Menschen im Süden zur Sprache. Es werden die Bemühungen anderer Organisationen in der Entwicklungszusammenarbeit dargestellt. Entwicklungspolitische Bildung hat in der Strategie des Hilfswerks ihren erkennbaren Platz. Neben der Werbung für Patenschaften gibt es weitere Instrumente der Spendenwerbung. Die Kindernothilfe wirbt in Plakataktionen zur Zeit nicht für Patenschaften.

Plan, CCF und World Vision kommunizieren stärker die Einzelpatenschaft und lassen in der Werbung die Unterstützung von Projekten in den Hintergrund treten. Der Zusammenhang zwischen Patenschaft und Projekt wird in den Werbeträgern nicht immer deutlich erkennbar.

Diese Schwierigkeiten sind symptomatisch für die Arbeit mit Patenschaften. Sie haben die Stiftung „ZEWO“, das Spendensiegel in der Schweiz, dazu bewogen, grundsätzlich kein Siegel für Organisationen zu vergeben, die Kinderpatenschaften vermitteln. ZEWO ist im europäischen Kontext die einzige Organisation, die sich zu einem solchen Schritt entschlossen hat. Hier soll nicht dafür plädiert werden, diesen grundsätzlichen Beschluss auch in Deutschland aufzugreifen. Allerdings verweist dieser Entschluss auf die besondere Sorgfaltspflicht, die Organisationen, die Kinderpatenschaften vermitteln, im Hinblick auf die

Darstellung ihrer eigenen Arbeit zu leisten haben. Dieser Sorgfaltspflicht könnten einige Organisationen nachkommen. World Vision hat im Frühjahr 2005 gezeigt, dass es diese Anfrage ernst nimmt und begonnen, seine Außendarstellung zu verändern.

## (2) *Patenschaften und eventueller Paternalismus*

Die untersuchten Organisationen gehen in ihrer Öffentlichkeitsarbeit sehr unterschiedlich mit den zu Beginn dieser Arbeit beschriebenen Spannung zwischen evolvierten Interessen an Kindern, der Komplexität der Entwicklungszusammenarbeit und der Kommunikation über Politik bzw. der Patenschaftsarbeit als vermeintlich überpolitische, karitative Arbeit um. Manche der Organisationen legen ihren Spendern potenziell ein Überlegenheitsgefühl nahe und transportieren unterschiedlich pädagogischen Kitsch im eingangs genannten Sinne, dass Patenschaften Bedürfnisse von Spendern befriedigen, nicht aber die Bedürfnisse der Entwicklungszusammenarbeit im Mittelpunkt stehen.

Einige Organisationen vermitteln die Suggestion, dass sich Spender ein „Wunschkind“ (mit Foto, Hobby, Bild, Lebenslauf) aus dem Internet oder über die Darstellung auf Prospekten auswählen können (Plan, World Vision bis Ende 2004). Diese Katalog ähnliche Präsentation transportiert einen instrumentellen Zugang zu Kindern, der dem Gedanken der Entwicklungszusammenarbeit, Hilfe aufgrund einer Notsituation oder struktureller Ungleichheit unabhängig von der Individualität der Person zu gewähren, substantiell widerspricht. Fotos und Lebensläufe zu veröffentlichen, um Spenden für bestimmte Kinder einzuwerben, eröffnet eine Marktplatzsituation, die der vertrauensvollen Entwicklungszusammenarbeit konzeptionell abträglich ist. Wenn Fotos und Lebensläufe genannt werden, sollte ein erkennbar exemplarischer Charakter gewahrt bleiben und dieses Kind erkennbar stellvertretend für andere stehen.

Aber auch die von manchen Organisationen vorgenommene Betonung der Arbeit der eigenen Organisation und der nur wenig ausgeprägte Blick auf die Tätigkeit anderer, sind Mittel, die dazu dienen, das eigene Überlegenheitsgefühl der Spenderinnen und Spender zu festigen. Es werden von manchen Organisationen zu wenige Impulse für einen Perspektivenwechsel der deutschen Bevölkerung angeboten.

Nicht jeder Einzelfall, wohl aber eine Häufung solcher Darstellung, die in einzelnen Organisationen deutlich zu beobachten ist, dient potenziell der Bestätigung eigener Überlegenheitsgefühle. Eine solche Form von Werbung bzw. entwicklungspolitischer Öffentlichkeitsarbeit könnte dem Anliegen, in der bundesdeutschen Bevölkerung Wissen und Verständnis für die Entwicklungszusammenarbeit und den strukturellen Zusammenhang zwischen Über- und Unterentwicklung zu wecken, potenziell schaden. Auch unter Akzeptanz der Annahme, dass mit unterschiedlicher Werbung unterschiedliche Bildungsniveaus bzw.

Schichten angesprochen werden, ist diese Verengung der Perspektive konzeptionell nicht gerechtfertigt.

### (3) *Entwicklungspolitische Bildung*

Von den hier untersuchten Organisationen engagiert sich nur die Kindernothilfe nennenswert im Feld der entwicklungspolitischen Bildung. Das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) hat die Industriestaaten aufgefordert, mindestens 2 % ihrer ODA-Leistungen für die entwicklungspolitische Bildungs- und Informationsarbeit (nicht: Öffentlichkeitsarbeit) zu verwenden. Der Rahmenplan der Evangelischen Kirche für die entwicklungsbezogene Arbeit in Deutschland von 1977 sieht vor, dass 10 – 12 % des KED-Mittelaufkommens für die entwicklungsbezogene Bildung zu verwenden sind. Da in die ODA-Leistungen nicht die Gesamteinnahmen von Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit einfließen, geht man in Deutschland vor diesem Hintergrund konsensuell davon aus, dass mindestens drei Prozentanteile des Haushalts von Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit für die entwicklungspolitischen Bildung im Norden zu verwenden sind (vgl. Seitz 2001). Die Bundesregierung sprach von der entwicklungspolitischen Bildung im Jahr 2001 sogar als „dritter Säule der Entwicklungszusammenarbeit“.

Sieht man von der Kindernothilfe ab, die der Drei-Prozent-Marge nahe kommt, wird dieser Anspruch von den hier untersuchten Organisationen nicht umgesetzt. Vielmehr zeigt sich eine Haltung, die die *Verpflichtung* von Akteuren der Entwicklungszusammenarbeit zu entwicklungspolitischer Bildungsarbeit nicht anerkennt, dieses eher als ein Beiwerk sieht und eine langfristige entwicklungspolitische Vision, die über Hilfeleistungen hinausgeht, vermissen lässt. World Vision und CCF haben mitgeteilt, dass sie gerade dabei sind, diesen Arbeitszweig aufzubauen. Plan International hat in einem Brief vom 17. Mai 2005 die in dieser Studie vorgenommene Einschätzung nochmals bekräftigt („ein Großteil unserer Paten kaum einverstanden wäre, wenn Plan Geld nicht für die Entwicklungsarbeit vor Ort, sondern für Seminare und Bildungsveranstaltungen in Deutschland verwenden würde“).

### (4) *Auswirkungen auf die Arbeit anderer Nichtregierungsorganisationen*

Diese Form der Darstellung dürfte vermutlich anderen Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit sowie dem Anliegen der Entwicklungszusammenarbeit aus folgenden Gründen abträglich sein:

- Die offensive Werbung bekräftigt das in der Öffentlichkeit latent vorhandene Bild des inaktiven Südens sowie der Überlegenheit des Nordens.

- Die offensive Werbung reduziert das Problem der Nord-Süd-Differenz auf machbare Unterstützungsphantasien („Noch 25.000 Kinder“).
- Die offensive Werbung schwächt den Projektgedanken und stützt die Illusion der face-to-face Unterstützung.
- Diese offensive Werbung bedient evolvierte Mechanismen (Unterstützung armer Kinder) und verschafft damit – einmal auf dem Markt – denen einen Nachteil, die nicht in dieser Form arbeiten.

Von daher ist die Situation der NGO's, die nicht auf diese Politik setzen, dreifach schwierig:

- Sie schöpfen durch ihre Art der Arbeit den Spendenmarkt nicht aus.
- Ihnen werden durch Organisationen, die sich nicht an diese Standards halten Spenden entzogen.<sup>6</sup>
- Es entsteht in der Öffentlichkeit ein problematisches Bild von der Entwicklungszusammenarbeit, gegen das nur schwer anzugehen ist und das der Botschaft politischer NGO's potenziell Aufmerksamkeit entzieht.

#### (5) *Der Aufwand für Patenschaften*

Der Werbe- und Betreuungsaufwand für Patenschaften ist nur schwer zu ermitteln, da vermutlich auch Kosten im Programmbereich entstehen (etwa in der Betreuung der Eltern von Patenkindern oder in der Betreuung von Briefverkehr vor Ort).

#### (6) *Die Werbung*

Die Stiftung ZEWO in der Schweiz, lehnt – wie dargestellt – eine Vergabe des Gütesiegels an Organisationen, die Kinderpatenschaften vermitteln, ab. Eines der Argumente für diese Entscheidung ist die Tatsache, dass die finanzielle Hilfe zwar häufig vielen Personen zu Gute kommt, hingegen aber „einzelne Kinder oft ohne Wahl während der Dauer der Patenschaft zu Werbezwecken instrumentalisiert“ werden (ZEWOinfo Patenschaften im Ausland, S.4<sup>7</sup>). Die Ausführungen haben gezeigt, dass grundsätzlich die Werbung für Kinderpaten-

---

<sup>6</sup> Mit dieser Aussage ist nicht gemeint, dass ein Patenschaftsspender, wenn keine Patenschaftsmöglichkeiten vorlägen, Geld an eine nicht im Patenschaftsbereich arbeitende andere Nichtregierungsorganisation spenden würde. Dies ist nicht zu erwarten. Vielmehr dürfte ein Klima entstehen, das aufgrund der anthropologisch bedingten Nahbereichsorientierung des Menschen (vgl. Trembl 2004; Scheunpflug 2001; 1996; Vollmer 2001) die Werbung für abstrakte entwicklungspolitische Zusammenhänge erschwert. Dieses wird durch den Theoriediskurs nahegelegt; eine empirische Untersuchung zu diesem Zusammenhang steht allerdings noch aus.

<sup>7</sup> Die Stiftung ZEWO nennt als weitere Argumente gegen Einzelkinderpatenschaften: „Die emotionale Beziehung zum Kind basiert mehrheitlich auf einseitigem Wunsch der Patin und des Paten. Die Kinder befinden sich in einer Notlage und können sich nicht in freier Willensbildung für oder gegen eine Beziehung entscheiden. Persönliche Beziehungen zwischen Kind und Pate bzw. Patin, die durch Briefkontakte sowie Besuche hergestellt werden, wecken beim Kind häufig falsche Hoffnungen. Die



schaften in der Spannung steht, einerseits überwiegend Projekte zu finanzieren, andererseits aber für Kinderpatenschaften zu werben. Mit dieser Spannung kann aber, wie dargestellt, unterschiedlich offensiv umgegangen werden. Einigen der Organisationen, zum Beispiel der Kindernothilfe, gelingt es besser als anderen, diese Spannung auszutariieren. Von daher besteht aufgrund dieses ermutigenden Beispiels kein Anlass, sich aus grundsätzlichen Überlegungen gegen Patenschaften zu entscheiden.

(7) *Grenzen der Untersuchung*

Die Kindernothilfe, CCF, World Vision Deutschland und Plan betonen, sich in kommunalen Entwicklungsprojekten zu engagieren, in denen Menschen unabhängig von der konkret vermittelten Patenschaft gefördert würden. SOS-Kinderdörfer/Hermann-Gmeiner-Fonds fördern Kinderdörfer und im sozialen Umfeld liegende Einrichtungen. Die hier vorliegende Studie kann zu diesem Beitrag der Organisationen zur Entwicklung im Süden keine Aussagen machen. Hier besteht nach wie vor Forschungsbedarf.

Zudem liefert diese Studie keine empirischen Aussagen zu den Effekten der Darstellung von Kinderpatenschaften in den deutschen Öffentlichkeit. Auch hier ist Forschungsbedarf festzustellen.

---

persönliche Einflussnahme auf die Entwicklung des Kindes ist jedoch nicht gegeben und die Patinnen und Paten können für dessen Wohlergehen keine Verantwortung übernehmen. Falsche Vorstellungen führen beidseits zu Enttäuschungen und stören das soziale Gleichgewicht empfindlich.“ (ebd.) Diese Argumente werden hier nicht diskutiert, da sie kein Problem der Werbung für Kinderpatenschaften darstellen, sondern sich direkt auf Kinderpatenschaften und deren Folgen beziehen. Es wäre eine eigene Untersuchung wert, diese Fragen intensiv zu untersuchen.

## **5 Anregungen für die öffentliche Darstellung von Kinderpatenschaften aus entwicklungspädagogischer Sicht**

Deutlich sollte geworden sein, dass die Arbeit einiger Kinderhilfswerke aus einer entwicklungspädagogischen Perspektive unbefriedigend bleibt, ja sogar zum Teil als problematisch bezeichnet werden kann. Aus einer solchen Analyse erwächst der Wunsch nach entsprechenden Maßnahmen. Im Folgenden werden einige Vorschläge formuliert. Dabei ist daran zu denken, dass diese aus einer wissenschaftlichen – und tendenziell damit praxisfernen – Perspektive formuliert sind. Es ist an den Akteuren in diesem Arbeitsfeld zu entscheiden, welche dieser Vorschläge resonanzfähig sind, und welche sich nicht als praktikabel erweisen.

Folgende Maßnahmen sind vorstellbar:

### *(1) Offensive Kommunikation*

Das Thema „Kinderpatenschaften“ ist nach den Auseinandersetzungen der siebziger Jahre wieder etwas in den Hintergrund der Fachdebatte getreten. Es ist angesichts der offensiven Werbung mancher Organisationen sinnvoll, dieses Thema sowohl in der Fachdiskussion als auch in der Öffentlichkeit zu kommunizieren und die unterschiedlichen Positionen zu diskutieren und offen zu legen.

### *(2) Entwicklungspädagogische Aufmerksamkeit im Kinderpatenschaftsbereich*

Die hier beschriebenen Organisationen (mit Ausnahme der Kindernothilfe, die dieses bereits in ihre Arbeit integriert hat) sollten sich stärker darum bemühen, die entwicklungspädagogische Dimension ihres Handelns klarer in den Blick zu nehmen. Die Kommunikation über Kinderpatenschaften sollte daraufhin befragt werden, keine langfristigen Schäden in der Kommunikation über Entwicklungszusammenarbeit zu verursachen. Zudem sollte deutlich geworden sein, dass ein stärkeres Engagement in der entwicklungsbezogenen Bildung erwartet wird, das sich auch in entsprechender Kommunikation mit Spendern zumindest in Ansätzen erkennen lassen sollte.

Das bedeutet auch die entwicklungspädagogische Bedeutung der Werbung für Kinderpatenschaften zu diskutieren. Optionen könnten sein:

- keine Plakatierungen für Kinderpatenschaften, sondern für Projektarbeit oder die Unterstützung bestimmter Themen;
- klare Kommunikation in Wort und Bild, dass über Kinderpatenschaften Projekte finanziert werden;

- keine direkte Auswahl von Kindern oder medial suggerierte Auswahl von Kindern; maximal die Auswahl eines Kontinents oder einer Region und das Geschlecht des Kindes seitens der Spender;
- damit auch Verzicht auf eine Katalog ähnliche Auswahl von Kindern in Prospekten, im Mailing oder im Internet sowie auf Formulierungen, die die Wahl von „Wunschkindern“ nahe legen.
- offensive Kommunikation, dass ein Kind durch mehrere Paten unterstützt werden kann bzw. Vermeidung von Beziehungen eines Patens zu einem Kind, um damit der paternalistischen Überhöhung der Spenderleistung zu begegnen;
- das Angebot an Spender, eine Patenschaft zu übernehmen, die auf Briefverkehr und Entwicklungsberichte des Kindes verzichtet.

Zudem sollten diese Organisationen mindestens drei Prozent ihrer Einkünfte für die entwicklungsbezogene Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit (nicht Werbung!) in Deutschland einsetzen, um damit die weitere Säule der deutschen Entwicklungszusammenarbeit nachhaltig zu unterstützen. Diese Aufgabe ist Spendern auch als wichtiger Arbeitsbereich zu vermitteln.

*(3) Die Einbindung der SOS-Kinderdörfer/Hermann-Gmeiner-Fonds in den Kontext der Entwicklungszusammenarbeit*

Die SOS-Kinderdörfer/Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland e.V. stellen einen Sonderfall der Arbeit mit Kinderpatenschaften dar. Es ist bemerkenswert, mit welchem Engagement diese Organisation in Ländern des Südens vertreten ist und wie offensiv sie für Patenschaften für SOS-Kinderdörfer in Ländern der sogenannten Dritten Welt wirbt. Gleichzeitig kommt das Engagement im Süden in der Plakatwerbung und der Postwurf-Werbung weniger vor; die Organisation versteht sich selbst nicht als entwicklungspolitische Nichtregierungsorganisation. Die Größe dieser Organisation legt ein Engagement in der deutschen Öffentlichkeit für die Belange der Entwicklungszusammenarbeit nahe.

*(4) Bildungsarbeit zum Thema Kinderpatenschaften*

Seit der Arbeitshilfe 1992 ist nach unseren Recherchen keine weitere Arbeitshilfe zum Problem der Kinderpatenschaften erschienen. Es wäre sinnvoll, für die Arbeit in Schulklassen eine solche zu erstellen. Sie könnte medienkritische Arbeit im Hinblick auf die Darstellung der Dritten Welt beinhalten und zu einem offensiven und kritischem Umgang mit dem Thema motivieren. Zudem könnte sie auch die Möglichkeiten von Patenschaften aufzeigen.

(5) *Kommunikation des Verzichts auf Patenschaften*

Viele Organisationen haben sich in den siebziger und achtziger Jahren bewusst dazu entschlossen, auf Kinderpatenschaften zu verzichten. Es ist zu empfehlen, dass diese Organisationen offensiv diesen Schritt kommunizieren und bewerben.

(6) *Umgang mit den vielen kleinen privaten Anbietern der Patenarbeit*

Bemerkenswert ist die große Anzahl sehr kleiner, meist privater Organisationen, die Kinderpatenschaften anbieten. Persönliche Bekanntschaft und ein besonderes humanitäres Engagement sind hier häufig Triebfeder. Gezielte Beratung und Unterstützung und die Professionalisierung dieses Arbeitsbereich wäre wünschenswert.

(7) *Internationale Debatte*

CCF, SOS-Kinderdörfer, World Vision und Plan sind Organisationen, die in einem internationalen Netzwerk gleichartiger Organisationen arbeiten. Von daher ist es sinnvoll, die Werbung für Kinderpatenschaften im internationalen, zumindest im europäischen Kontext zu diskutieren. Die Clearing-Stelle bei InWent, das Nord-Süd-Zentrum des Europarates oder europäische Netzwerke von Nichtregierungsorganisationen könnten hier ebenso Ansprechpartner sein wie entwicklungspädagogische Organisationen, zum Beispiel die Development Education Association in London oder NCDO in den Niederlanden. Eine solche internationale Debatte könnte helfen, lokale Konkurrenzen von Spenderorganisationen in den Hintergrund treten zu lassen und die allgemeine Fragestellung klarer vor Augen zu halten.

(8) *Weitere Forschung zu Effekten der Kinderpatenschaftsarbeit:*

Über Effekte der Patenschaftsarbeit im Kontext der Entwicklungszusammenarbeit gibt es kaum gesichertes Wissen. Anzustreben wäre von daher eine Forschungsarbeit, die die Auswirkungen der Kinderpatenschaftsarbeit vor Ort beschreibt. Ziel einer solchen Expertise könnte sein, die Integration der Patenschaft in ein regionales integriertes Entwicklungsprojekt auf Selbsthilfebasis zu überprüfen. Dabei sollten auch die Auswirkung der Patenschaftsreisen auf die Arbeit vor Ort, die Probleme der Schreibverpflichtung von Briefen und die Beidseitigkeit und Freiwilligkeit des interkulturellen Austausches in den Blick kommen.

Ein weiteres Forschungsfeld wäre es, die hier nur konzeptionell beschriebenen Probleme auf eine empirisch gesicherte Basis zu stellen und entsprechend zu untersuchen.

## 6 Literatur

- Ariès, Philippe: Geschichte der Kindheit, München 1975.
- Bilstein, Johannes: Kitsch in der Pädagogik. In: Neue Sammlung, 30, 1990, S. 419 – 435
- Eibl-Eibesfeldt, Irenäus: Grundriss der vergleichenden Verhaltensforschung. Ethologie, München 1987
- Göttsche, Angela: „Nicht der ideale Projekttyp“. Interview mit Christian Wilmsen, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Kindernothilfe. In: epd-Entwicklungspolitik, H.15, 1993, S. 23 - 24.
- Göttsche, Angela: “Die Wunden sind noch nicht verheilt“. Patenschaften: Kindernothilfe und Arbeitsgemeinschaft Kirchlicher Entwicklungsdienst bewegen sich aufeinander zu. In: epd-Entwicklungspolitik, H.18, 1993, S. 20 - 23.
- Kundera, Milan: Die unerträgliche Leichtigkeit des Seins. Frankfurt/Main, Fischer 1992
- Reichenbach, Roland: Pädagogischer Kitsch. In: Zeitschrift für Pädagogik, 49 (2003), 6, S. 775 – 789
- Scheunpflug, Annette: Die Entwicklung zur globalen Weltgesellschaft als Herausforderung für das menschliche Lernen. In: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik, H. 1, 1996, 19.Jg., S. 9 - 14.
- Scheunpflug, Annette: Biologische Grundlagen des Lernens. Berlin 2001
- Scheunpflug, Annette: Learning and skills for a global society: The education context. In: O’Loughlin, Eddie/Wegimont, Liam: Learning for a Global Society. North-South Centre of the Council of Europe, Lisbon, 2004, pp. 39 -45.
- Seitz, Klaus: Strukturen der Förderung entwicklungspolitischer Bildungsarbeit – die Perspektive der Nichtregierungsorganisationen. In: Feldbaum, Karl-Heinz/Hobelsberger, Hans/Kruij, Gerhard/Freitag, Michael (Hg.): Neues Lernen für Globale Solidarität. Entwicklungsbezogene Bildung in kirchlicher Kinder- und Jugendarbeit. Düsseldorf 2001, S.119 – 133.
- Tremel, Alfred K: Evolutionäre Pädagogik, Stuttgart 2004.
- Vollmer, Gerhard: Können wir den sozialen Mesokosmos verlassen? In: Görgens, Sigrid u.a. (Hg.) Universalistische Moral und weltbürgerliche Erziehung. Frankfurt/Main 2001, S. 12-33.
- Wilmsen, Christian: Entwicklungspolitische Wissens- und Meinungsmuster in der deutschen Öffentlichkeit. In: VENRO (Hg.): Bildung 21. Lernen für eine gerechte und zukunftsfähige Entwicklung, Bonn 2001, S. 44 – 50.
- Wilmsen, Christian: Public Opinion and improving global education. In: O’Loughlin, E./Wegimont, Liam: Learning for a Global Society. North-South Centre of the Council of Europe, Lisbon, 2004, pp 51 - 55.

## 7 Anhang

### Adressen der Organisationen

Name	Adresse	Internet	Telefon
Aktionsgruppe Kinder in Not e.V.	Hohner Str. 2, 53578 Windhagen	www.kinder-in-not.de	
CCF Kinderhilfswerk	Laiblingstegstr. 7, 72622 Nürtingen	www.ccf-kinderhilfswerk.de	07022-92590
Christusträger-Waisendienst		www.waisendienst-online.de	
Deutsche Humanitäre Stiftung	Lamachstr. 40, 66894 Wiesbach/Pfalz	www.dhst.org	06337-993153
Georg Ludwig Rexroth-Stiftung	Zum Eisnegießer 1, 97816 Lohr/Main	www.kinderpatenschaft.de	09352-182205
Haiti-Kinder-Hilfe	Hauptstraße 21, 86504 Merching	www.haitikinderhilfe.de	08233-31552
Human Help Network e.V.		www.hhn.org	
Kinderdorf Peru e.V.	Tannenwaldstr. 6, 61389 Schmittchen		06082-930273
Kinderdorf Rio e.V.		www.kinderdorf-rio.de	
Kinderhilfe Gambia e.V.		www.kinderhilfe-gambia-ev.de	
Kinderhilfswerk Global-Care	Georgengasse 9, 34560 Fritzlar	www.kinderhilfswerk.de	05622-6160
Kindernothilfe e.V.	Düsseldorfer Landstra- ße 180, 47249 Duisburg	www.kindernothilfe.de	0203-77890
Plan International Deutschland e.V.	Bramfelder Straße 70, 22305 Hamburg	www.plan-deutschland.de	040-611400
Projekthilfe Chile e.V.	Lindenstr. 13 22880 Wedel		
Projekthilfe Dr. Luppä e.V.		www.projekthilfe-luppä.de	
Rudolf-Walther-Stiftung		www.rudolf-walther- stiftung.com	
SOS-Kinderdörfer weltweit (Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland e.V.)	Menzinger Straße 23, 80638 München	www.sos-kinderdoerfer.de	089-179140
Themba-Gesellschaft zur Förderung Bedürftiger im südlichen Afrika e.V.	Höchster Straße 5 65719 Hofheim/Ts	www.themba.de	06192/22854
Unsere kleinen Brüder und Schwestern e.V.	Ritterstr. 9, 76137 Karls- ruhe	www.hilfefuerwaisenkinder.de	0721-354400
World Vision Deutschland e.V.	Am Houiller Platz 4, 61381 Friedrichsdorf	www.worldvision.de	06172-763-153