



03.12.2010

Mitschrift zum Workshop
„Wie entwicklungspolitisch sinnvoll sind Kinderpatenschaften?“
der Stiftung Nord-Süd-Brücken am 03.12.2010

Teilnehmer vom Indischen Forum: Eva Wildhardt, Roman Bansen

- Allgemein ablehnende Haltung der Veranstalter gegenüber Kinderpatenschaften. Gründe unter Anderem: Hilfe kommt nur Einzelpersonen zu Gute anstatt der Gemeinschaft, keine Bekämpfung von Ursachen der Entwicklungsdefizite und Probleme sondern nur Linderung der Symptome, keine echte Hilfe zur Selbsthilfe sondern eben 'nur' Hilfe, Schaffung von Abhängigkeitsverhältnissen, ein gewisser Besitzanspruch bzgl. des Patenkindes, von oben herab 'Patenschaft' anstelle von gleichberechtigter 'Partnerschaft', etc.
- Terre des hommes hat Kinderpatenschaften schon 1975 vollständig eingestellt. Die Beweggründe wurden damals allen Paten ausführlich dargelegt und es gab praktisch keine Kündigungen. Auch Welthungerhilfe und ASW sowie diverse andere NGOs haben schon vor langer Zeit gleichgezogen.
Aber auch Gegenbeispiele gebracht, wo ein Patenschaftsprogramm eingestellt wurde und daraufhin sowohl die Spenden ausblieben als auch jene Mitarbeiter, die am Patenprogramm festhalten wollten, die Organisation verlassen haben.
- DZI (Deutsches Zentral-Institut für soziale Fragen, vergibt in Dtl. das Spendensiegel) hat im Internet Grundsätze zu Kinderpatenschaften veröffentlicht, die zum Erhalt des Spendensiegels erfüllt sein müssen. Können heruntergeladen werden unter:
<http://www.dzi.de/downloads/DZI-Spenden-Siegel-Leitlinien-2010.pdf>
- In der Schweiz kriegen Organisationen mit Kinderpatenschaften generell kein Spendensiegel (dort vergeben durch CEWO, <http://www.zewo.ch/>).
- Allgemeine Feststellung, die offenbar immer richtig ist:
„Kinderpatenschaften sind ein gut funktionierendes Marketinginstrument.“
- Sogenannte „Donor transformation“ wird ins Gespräch gebracht: Spender werden durch Kinderpatenschaften angeworben, dann aber durch die stetigen Informationen der NGO vom größeren Nutzen projektorientierter Spenden überzeugt und zu eben solchen ermuntert.
- Oft zu hören: „*Ich habe* ein Patenkind.“ oder „Das ist *mein* Patenkind.“ => Steckt dahinter evtl. ein gewisser Besitzanspruch?
Warum möchte man unbedingt *ein* Kind unterstützen? Machtanspruch (ggf. nur unterbewusst)?!
Sind evtl. gerade jene Menschen an persönlicher Hilfe interessiert, die eher unpolitisch sind und daher nicht große Strukturen unterstützen möchten, sondern einzelne Personen?!
- Hinweis von erfahrenen Leuten an uns: „Überlegt's euch gut, weil der Verwaltungsaufwand sonst bald gigantisch groß wird und einem über den Kopf wächst!“
- Es sollten auf jeden Fall spezielle Kriterien aufgestellt werden, die erfüllt sein müssen, damit eine Patenschaft zu Stande kommen kann bzw. damit ein Kind in das Programm aufgenommen werden kann. Zudem sollte ein Komitee (mind. 2 Leute, besser mehr) diese Entscheidungen treffen, keine Einzelperson.

- Der Begriff „Patenprogramm“ bzw. „Patenkind“ wird kritisiert. Als Alternativen werden vorgeschlagen (von Basti Keller schon seit längerem benutzt): „Stipendienprogramm“ bzw. „Stipendiat“.
- Wollen unsere Partner in Indien, speziell die Stipendiaten/Patenkinder, eigentlich den direkten und persönlichen Kontakt (Briefe etc.) oder ist das eher ein Wunsch der Stipendienggeber/Pateneltern in Dtl.? Wäre den Stipendiaten das reine Stipendienprogramm ohne den persönlichen Kontakt evtl. viel lieber?
- Es wird eingewandt, dass die Förderung einzelner Personen vor Ort nicht damit gleichzusetzen ist, in Deutschland einen „Paten“ zu haben. Eine Auswahl findet immer statt, egal ob nun die Auswahl einer Einzelperson oder die Auswahl einer bestimmten Gemeinde, eines bestimmten Dorfes, und auch egal ob in Indien oder in Dtl.
- Zimbabwianerin sagt: „Manche Kinder bleiben ohne starke Input von sich selber, wenn einfach Hilfe kommt.“ => Eigenbeteiligung / selbst mit anpacken ist immens wichtig in der Entwicklungszusammenarbeit! Bei Kinderpatenschaften ist dies nicht gegeben.
- Zusammenfassend wird von den Veranstaltern festgehalten:
„Patenschaften treffen ein Grundbedürfnis der Menschen und werden daher auch weiterhin existieren und damit muss man sich abfinden.“

Einige Ergebnisse des Workshops wurden auf selbigem in stichpunktartiger Form an einer Tafel festgehalten. Die Abschrift jener wird uns separat zur Verfügung gestellt.

Im *Neuen Deutschland* wird ein Artikel über den Workshop veröffentlicht. Der Link dazu wird uns ebenfalls zur Verfügung gestellt.

Nachtrag:

Link zum **Zeitungsartikel**:

<http://www.neues-deutschland.de/artikel/185826.marketinginstrument-kind.html>

Auszug aus „**Leitlinien für die Vergabe des DZI Spenden-Siegels**“:

3. Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

1. Kinderpatenschaften

- (1) Die Organisation stellt ihr Patenschaftskonzept in der Werbe- und Informationsarbeit klar und eindeutig dar. Insbesondere wird erklärt, inwiefern das jeweilige Patenkind direkt oder indirekt von den Maßnahmen begünstigt wird.
- (2) Der besonderen Schutzbedürftigkeit der Patenkinder trägt die Organisation mit geeigneten Maßnahmen Rechnung. So ist bestmöglich darauf hinzuwirken, dass die Paten nicht ohne Wissen der Organisation direkte Kontakte mit den Kindern oder ihrer Familie aufnehmen können – und umgekehrt. Bei der etwaigen Vermittlung von Patenreisen, der Patenkommunikation und der Übersendung von individuellen Geschenken berücksichtigt die Organisation einschlägige fachliche Standards sowie den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit.

Workshop-Notiz
„Wie entwicklungspolitisch sinnvoll sind Kinderpatenschaften?“
 Stiftung Nord-Süd-Brücken in Kooperation mit dem Eine-Welt-Haus e.V. Jena,
 Berlin, 3.12.2010

Wie entwicklungspolitisch sinnvoll sind Kinderpatenschaften (KPS)?	
Vor Ort/ im Süden	
Positiv	Kritisch
Von Kinderpatenschaften zu Projektpartnerschaften	Hohe Umfeldkosten vor Ort
Partner wählen die Kinder anhand von Kriterien aus	Schulische Leistungen als Kriterium
„Bildungsstipendium“	Nachhilfe nur für Patenkinder
Patenkinder werden aktiv im Verein/Projekt!	„Wir reagieren nur auf die Anfrage der Partner“
„Programme funktionieren nicht, also machen wir lieber Einzelfallhilfe“	„Exportieren wir das deutsche Schulsystem, über KPS?“
Unser Projekt funktioniert hier, weil es klein ist!	
Kinder werden bei Projektentwicklung einbezogen	

hierzulande/ Bildungsarbeit	
Positiv	Kritisch
Standards + Ethik bei KPS besser geworden	moralische Verpflichtung
Persönliche Bindung	KPS sind ein gut funktionierendes Marketing-Instrument
Aus Patenschaften werden Projektunterstützungen aber auch umgekehrt.	Du kannst schreiben, weil es einen Paten gab.
Sensibilisierung der Pateneltern für Nicaragua/epol. Themen	„So ein Kind habe ich auch“.
	Intransparenz: Spende für Patenkinder → Geld aber für Projekt
	„Das ist mein Kind“ → persönliche Enttäuschung
	Keine „Augenhöhe“ bei KPS/Hilfe

Ansatzpunkte für Verbesserungen + Änderungen		
Konzept + Wirkung vor Ort	Was bedeutet Qualität bei Kinderpatenschaften?	Darstellung / Bildungsarbeit + Öffentlichkeitsarbeit
Fragen nachgehen, sind KPS entwicklungspolitisch sinnvoll?		
Patenschaft = Hilfe Projekt = Tun/Arbeiten		Woher kommt der Wunsch nach der Förderung eines Kindes?
	Warum Skepsis gegenüber Einzelfallhilfe? → hier im Deutschland auch!	Hilfestellung dabei, wie ich die Paten „umpolen“ kann.
		Wie können wir positiv auf Lehrer einwirken?
		Die Beweggründe von einer Patenschaft thematisieren.
		Wie können wir hier das Bild von Afrika ändern?

Neues Deutschland

07.12.2010 / Nord-Süd / Seite 10

Marketinginstrument Kind

Der entwicklungspolitische Nutzen von Patenschaften ist umstritten

Von Astrid Gilewski

Deutsche und ausländische Hilfsorganisationen werben in der Vorweihnachtszeit wieder verstärkt für die Übernahme von Kinderpatenschaften. In der entwicklungspolitischen Diskussion ist das nicht unumstritten.



Die emotionale Wirkung von Kinderfotos ist unumstritten, über Kinderpatenschaften gehen die Meinungen auseinander.

Foto: dpa/Jon Hrusa

Es ist nur ein Beispiel unter mehreren: Eine große Kinderhilfsorganisation preist gezielt Kinderpatenschaften als Geschenkidee zu feierlichen Anlässen für Freunde und Familienmitglieder an. Die Meinungen über den entwicklungspolitischen Nutzen von Kinderpatenschaften gehen indes auseinander. Aus diesem Anlass veranstaltete die Stiftung Nord-Süd-Brücken am 3. Dezember in Berlin einen Workshop zu diesem Thema. Mehr als 20 Vertreter, zumeist von kleinen Hilfsorganisationen, die Kinderpatenschaften anbieten, diskutierten gemeinsam die entwicklungspolitische Sinnhaftigkeit von Kinderpatenschaften.

In den 70er Jahren gerieten die Kinderpatenschaftsprogramme von Hilfswerken wie Terre des hommes und Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt verstärkt in die entwicklungspolitische Kritik, betonte Ursula Pattberg, Vorstandsvorsitzende von Terre des hommes. Der Vorwurf lautete konkret, dass einzelne Kinder bevorzugt werden und Neid zwischen den Kindern, auch innerhalb von Familien, entstehen kann. Schlussendlich, so die Kritiker seinerzeit, profitiere das Kind von der Patenschaft nur wenig und die strukturellen Ursachen von Armut werden nicht aufgegriffen und bekämpft.

Seit der Diskussion in den 70/80er Jahren haben sich die Patenschaftsprogramme vieler Hilfsorganisationen gewandelt. Die Spendengelder kommen nicht mehr nur dem einzelnen Kind zugute, sondern auch der Gemeinde. Durch projektbezogene Patenspenden sollen lokale Strukturen verändert und gestärkt werden. So kommt der Bau einer Schule immer mehreren Kindern aus der Gemeinde zugute.

Generell wird auch eine Abkehr von paternalistischen Strukturen gefordert. Die »Geförderten« dürfen nicht mehr nur passive Empfänger sein. Sie müssen als handelnde Subjekte zur Selbsthilfe befähigt werden. »Gib den Menschen keinen Fisch, sondern bringe ihnen das Angeln bei«, formulierte Virginia Hetze, entwicklungspolitische Bildungsreferentin aus Simbabwe.

Die Teilnehmer des Workshops kritisierten zudem die Art und Weise der Patenschaftswerbung. Kinder werden oft mit den Auswahlkriterien Land und Geschlecht wie »Katalogware« beworben. Aus einer Liste kann der zukünftige Pate sein »Wunschkind« auswählen. Den Paten wird oft der Eindruck vermittelt, sie würden ein ganz bestimmtes Kind mit ihrer Spende unterstützen. Tatsächlich profitieren aber mehrere Kinder oder die Gemeinde insgesamt von der Spende. Den Organisationen wird hier mangelnde Transparenz vorgeworfen.

Gleichzeitig betonte eine Teilnehmerin vom Berliner Missionswerk, dass es nicht einfach ist, die Paten davon zu überzeugen, lieber ein Projekt zu fördern, statt eine Patenschaft zu übernehmen. Erfahrungen verschiedener Teilnehmer zeigen, dass seitens der Paten der tiefe Wunsch besteht, ein bestimmtes Kind fördern zu wollen. Lucia Muriel von der Migrantenberatung moveGLOBAL forderte in diesem Zusammenhang, dass die Beweggründe von Paten zur Übernahme von Patenschaften thematisiert werden sollten. Denn oft verbinden sich hiermit Erwartungen an das Patenkind oder Projektionen des Helfen-Wollens, die entwicklungspolitisch nicht förderlich sind.

Aufgrund der Kritik an den Kinderpatenschaften haben sich einige Hilfsorganisationen wie Terre des hommes oder die Welthungerhilfe von solchen Programmen verabschiedet. Andere Organisationen haben ihre Patenschaftsprogramme in eine projektbezogene Förderung eingebunden. Beate Schuhmann vom Eine Welt Haus Jena e.V., die Partner in San Marcos/Nicaragua haben und dort auch mit Kinderpatenschaften arbeiten, berichtete, dass einige Paten im Verlauf ihrer Unterstützung des Welthauses dazu übergegangen seien, Projekte statt Einzelpersonen zu unterstützen. Allerdings gebe es auch die gegenläufige Bewegung unter den Spendern.

So uneinig sich die Teilnehmenden letztendlich über den entwicklungspolitischen Nutzen von Kinderpatenschaften waren, so einig waren sich alle darin, dass es ein sehr wirksames Fundraising- und Marketinginstrument ist. Mit Kindern lässt sich eben gut Emotionen wecken, die auch den Geldbeutel öffnen helfen können.

URL: <http://www.neues-deutschland.de/artikel/185826.marketinginstrument-kind.html>