Zeitschrift: FRAZ : Frauenzeitung
Band: - (1998-1999)
Heft: 2

Artikel: Ein Brunnen in der Wüste : wie die Hilfswerke um Spenden werben
Autor: Winzeler, Kathrin
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1053838

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 04.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Die Spendenwerbung der Hilfswerke bewegt sich im Spannungsfeld zwischen emotionaler Mobilisierung des Publikums und Aufklärung über entwicklungspolitische Zusammenhänge. Das Bild, das sie dabei von der Dritten Welt zeigt, widerspiegelt auch Strömungen, Probleme und Defizite des Nordens.

Ein Brunnen in der

Kathrin Winzeler

Wie die Hilfswerke um Spenden werben

«Die Zukunft ist weiblich» heisst es auf dem Plakat zur Dezemberkampagne von Caritas 1993. Abgebildet ist eine Frau in traditioneller afrikanischer Kleidung, barfuss auf einer Art Leiter stehend. Im Hintergrund sind ein grosser Krug und eine Mauer mit schwarz-weissem Muster zu sehen. Anhand dieses Plakats lässt sich einiges sagen über unsere Beziehung zur Dritten Welt, zur Spendenwerbung der Hilfswerke in der Schweiz und zum Platz, den Frauen darin einnehmen.

Die Schönheit und Exotik des Plakats zeigt eine ganz neue Seite der Dritten Welt. Lange Zeit dominierten Bilder von Elend und Misere und appellierten an uns, die wir in materiellem Überfluss leben, etwas vom Wohlstand abzugeben, um die Not zu lindern. Das Caritas-Plakat aber betont im Gegenteil den (kulturellen) Reichtum der Dritten Welt, an dem der Norden auch gerne teilhaben möchte, wie Ethno-Trends zeigen, wie es aber auch der reissende Absatz, den das Plakat laut Caritas fand, ausdrückt. Nicht unwichtig ist auch das Jahr 1993: Jahr der Nichtwahl von Christiane Brunner zur Bundesrätin und Wahl von Ruth Dreifuss unter dem Druck der vor dem Bundeshaus in Bern demonstrierenden Frauen. Frauenpower war ein wichtiges Schlagwort und feierte Erfolge. «Die Zukunft ist weiblich» projiziert somit einen wichtigen Trend der schweizerischen Gesellschaft in die Dritte Welt.

Die Männer im Teehaus

In der Entwicklungszusammenarbeit gelten die siebziger und achtziger Jahre als Ära der Entdeckung der Frauen. Dabei benennt der Begriff «Entdeckung» die peinliche Tatsache, dass die Hälfte der Menschen in der Dritten Welt und ihre Arbeit bis vor kurzem für die EntwicklungsplanerInnen unsichtbar waren. Im Fortschrittsglauben der fünfziger und sechziger Jahren war Entwicklungszusammenarbeit technologisch ausgerichtet und fand vor allem zwischen westlichen Männern und Männern in der Dritten Welt statt. Die auf grosse technische Projekte ausgerichtete Arbeit wurde abgelöst durch eine Entwicklungszusammenarbeit, die auf die tatsächlichen Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung ausgerichtet ist. Gleichzeitig erstarkte die westliche Frauenbewegung in den siebziger und achtziger Jahren. Beides trug zur Sichtbarwerdung der Frauen als Entwicklungsträgerinnen bei. Als dann im Norden die Angst vor Überbevölkerung und Bevölkerungsexplosion im Süden aufkam, rückte auch dies die Frauen in den Mittelpunkt des Interesses, denn wenn es um Verhütung geht, müssen Frauen angesprochen werden.

In weiten Teilen der Dritten Welt sorgen die Frauen für die Familie. Caritas und Helvetas nennen Frauen als wichtigste Partnerinnen bei ihren Projekten. In Entwicklungsprojekten werden Darlehen an die Frauen ausbezahlt, weil sie verantwortungsvoller mit dem Geld umgehen als die Männer. Etwas überspitzt formuliert es Fritz Brugger, PR-Leiter von Helvetas: «Solange die Frauen für die Familie sorgen und die Männern im Teehaus sitzen, arbeiten wir hauptsächlich mit Frauen zusammen.» So wurde der Slogan «Die Zukunft ist weiblich» möglich. Inzwischen ist die forcierte Frauenförderung in der Entwicklungszusammenarbeit überholt. Nicht mehr Frauenpower, sondern «gender balanced development» ist die neue Devise. Laut Helvetas gibt es zwar weiterhin auch reine Frauenprojekte. Mitunter führte eine einseitige Förderung der Frauen zu Konflikten, beispielsweise innerhalb eines Dorfes. Damit ist niemandem gedient, auch den Frauen nicht. Gender balanced development besagt theoretisch, dass an einem Projekt immer Frauen und Männer beteiligt sein müssen. In der Praxis läuft dies dann häufig doch wieder auf Frauenförderung hinaus, weil in vielen wichtigen Gremien nur Männer vertreten sind und die Hilfswerke auf Beteiligung der Frauen hinarbeiten. Das Kämpferische der klassischen Frauenprojekte aber soll überwunden werden, zugunsten einer Zusammenarbeit, die das Selbstbewusstsein der gesamten ländlichen Bevölkerung stützt.

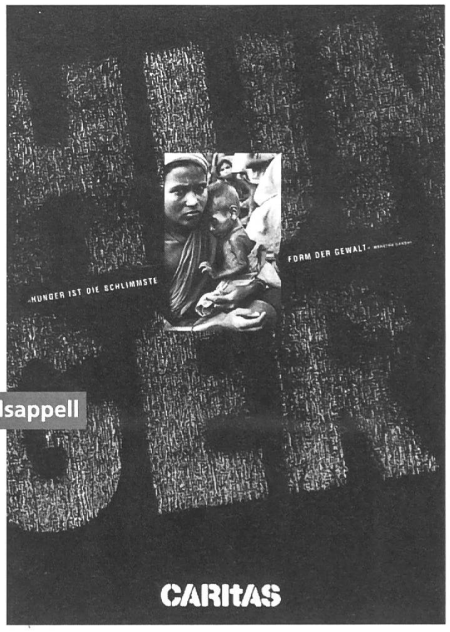
Die konkrete Arbeit der Hilfswerke ist eine Ebene; eine andere ist die Spendenwerbung in der Schweiz. Ein Grundtenor lautet, dass mit Frauen heute keine Spendengelder mehr gewonnen werden können. Frauenfragen sind bei uns ebenso wie Umweltschutz in den Hintergrund getreten. Zudem sind die Zuwendungen für die Hilfswerke rückläufig; SchweizerInnen sorgen sich heute in erster Linie um ihren Arbeitsplatz und eine gesicherte AHV. Wenn es das einzige Ziel der Hilfswerke wäre, möglichst viele Spenden zu sammeln, müssten sie in der Werbung ohnehin mit Kindern arbeiten. Neben der Spendenwerbung führen sie aber auch Kampagnen durch, welche die SchweizerInnen für entwicklungspolitische Zusammenhänge sensibilisieren sollen.

Ethno-Romantik

Um wieder auf das Caritas-Plakat von 1993 zurückzukommen: es sind Welten zwischen der selbstbewussten Frau und der notleidenden Mutter auf dem «Hunger-Plakat» von 1983. Spendenwerbung, die mit der Darstellung von Elend, Not und Hunger an unser Mitleid appelliert, liegt heute nicht mehr im Trend. André Simonazzi von Caritas: «Auf Hilfswerke, die hungernde Kinder abbilden, zeigt man im Moment mit dem Finger.» Das Problematische an dieser Werbung ist die inszenierte Schwäche und Unmündigkeit der Dritten Welt, welche uns zu WohltäterInnen erhöht. Im Bemühen, Menschen in der Dritten Welt als gleichberechtigte PartnerInnen darzustellen, handelt man sich aber das Problem ein, in Ethno-Romantik zu verfallen: schöne Menschen in schönen Kleidern und in schöner Umgebung treten uns nun auf den Plakaten entgegen. Es sind zwei Seiten der gleichen Medaille: Entweder betrachten wir uns als überlegen und im Gegenzug die Dritte Welt als unterentwickelt, als defizitär und aufholbedürftig, oder aber wir schauen zivilisationskritisch auf unsere Defizite und projizieren unsere Wünsche nach Ursprünglichkeit, Naturnähe, kurz: unseren Traum vom Paradies auf die Dritte Welt.

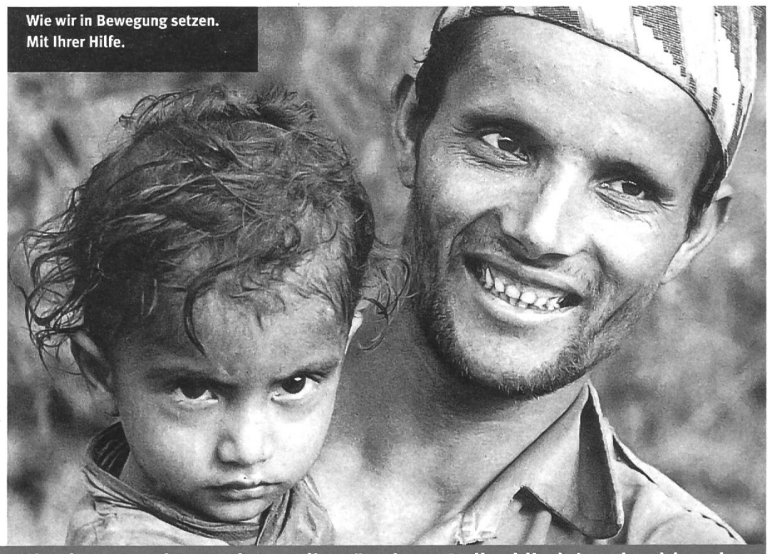
Beides bedeutet eine Verzerrung der Realität. Da stellt es schon eine Gratwanderung dar, auf

Wüste

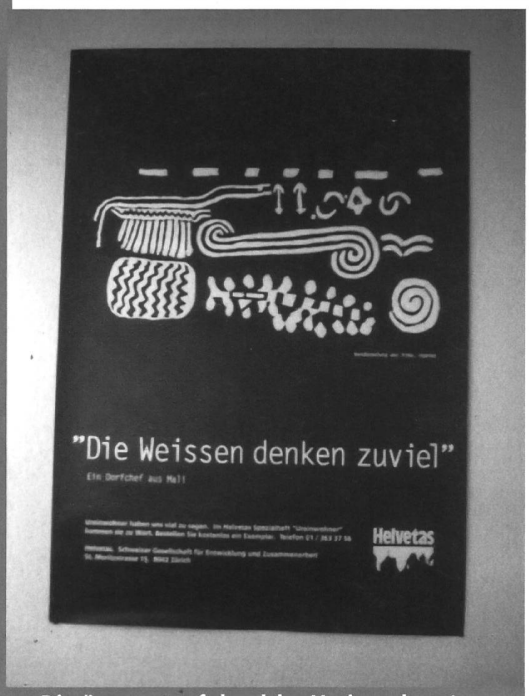


Spendenwerbung 1983: Mitleidsappell

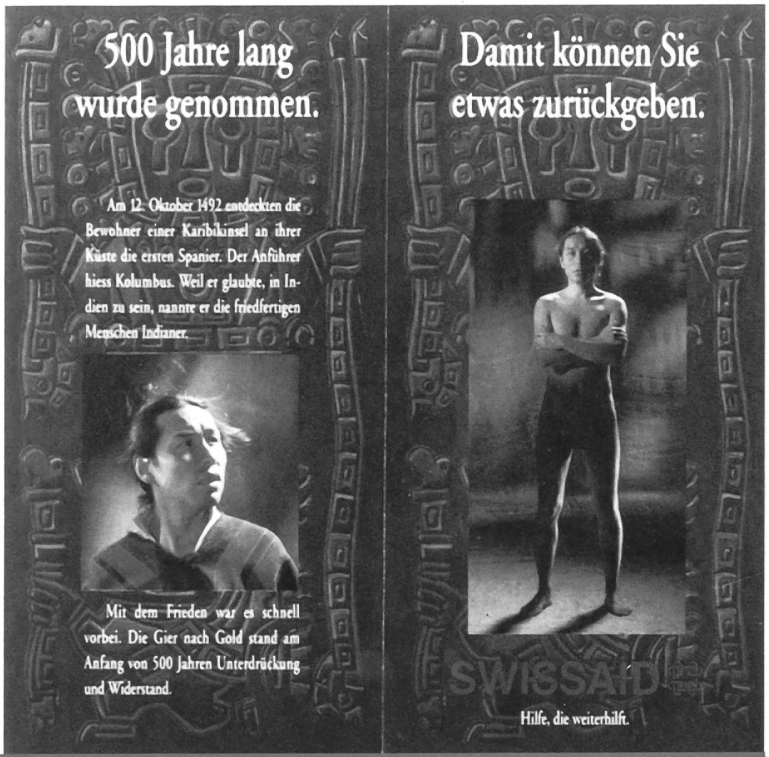
Caritas 1993: Frauenpower und Ethno-Romantik



1997 werden in der Spendenwerbung die gängigen Rollenklischées durchbrochen



Die äusserst erfolgreiche UreinwohnerInnen-Kampagne (Helvetas, 1993)



Kampagne von 1992, 500 Jahre nach der «Entdeckung» Amerikas durch Kolumbus

Bildnachweis: Caritas, Helvetas, Swissaid

FriZ

Zeitschrift für Friedenspolitik

Thema

GATT – WTO – M.A.I.

Freier Handel – unfairer Handel

Aktuell

Tschetschenien: Ein ganzes Volk als Geisel

LILA: Nicht nur eine Farbe

Forum

Porträt Stella Jegher

Bestellen Sie die FriZ 3–98 **noch heute per Telefon** 01/242 22 93 **oder** 242 85 28, **Fax** 01/241 29 26 **oder e-mail** frieda@swix.ch

genodruckerei frauenpress

ankerstrasse 16a
8004 zürich
tel & fax 01 291 12 33

Offsetdruck
vom Kleinstformat
bis 50x70cm
ein- oder mehrfarbig

Visitenkarten, Kleber, Flugblätter, Plakate, Broschüren, Bücher.

FIZ
Fraueninformationszentrum für Frauen aus Afrika, Asien und Lateinamerika

Quellenstr. 25, 8005 Zürich
Tel: 01 271 82 82
Fax: 01 272 50 74
e-mail: fiz-mail@access.ch
PC: 80-38029-6

- Informations- und Öffentlichkeitsarbeit
- Beratung und Krisenintervention
- Netzwerkarbeit National und International
- Präventions- und Projektarbeit
- Deutschkurse für thailändische Frauen

Das FIZ ist auf Ihre/Deine ideelle und finanzielle Unterstützung angewiesen: Werdet Mitfrauen im FIZ!

FRAUEN SOLIDARITÄT

Archiv
Bibliothek
Dokumentation

Frauen in Afrika, Asien und Lateinamerika

Zeitschrift Frauensolidarität

vierteljährlich
Probeheft anfordern

Berggasse 7, A-1090 Wien
Tel.: (+43-1)3174020-0
Fax: 3174020-355
E-Mail: fsoli@magnet.at
http://sus1.xphys.tuwien.ac.at/frida/frauensoli/fs_intro.htm
Mo-Mi 10-17, Do 10-19, Fr 9-12

Ich bestelle:

❑ ein (kostenloses) Probeheft
❑ ein Abo (4 Hefte/Jahr/Ausland) CHF 35,-
❑ Einzelheft Nr..... zu CHF 9,-
❑ Annotierte Bibliographie –halbjährlich – gratis

Name:.....

Straße:.....

Plz/Ort:.....

Land:.....

Datum/Unterschrift.....

FEMIA

Unterstützt uns jetzt!

DEUTSCHKURSE für Frauen, **KINDERHÜTEDIENST** für ihre Kinder. **ANSCHLUSS** an ein lebendiges Netz von Frauen aus über 40 Ländern, die sich hier nicht einfach anpassen, sondern selbstbewusst ihren Platz in dieser Gesellschaft suchen und schaffen wollen. **COMPUTERKURSE**, eine **BIBLIOTHEK** und das Angebot an Migrantinnen, ihre eigenen Projektideen im Femia zu verwirklichen.

Das alles ist aufgrund eines grossen Finanzlochs gefährdet. Team und Vorstand arbeiten intensiv daran, den Verein wieder auf feste Füsse zu stellen. Helfen auch Sie mit einer Spende!

Damit Femia eine Zukunft hat.

Für weitere Informationen: Verein Femia, Kultur- und Bildungshaus für Migrantinnen, Im Laubegg 27, 8045 Zürich, Tel. 01/451 37 77, Fax. 01/451 51 37

PC 80-14938-2

Weisheit, Schönheit und Reichtum von Ländern in der Dritten Welt hinzuweisen und dennoch allzu verklärende Klischées zu vermeiden. Ute Zurmühl schreibt in ihrer Untersuchung zum «kolonialen Blick» in der Entwicklungszusammenarbeit: «Die in die Zukunft der Dritten Welt gesetzten Hoffnungen und Heilserwartungen spiegeln die Entfremdung von der eigenen Gesellschaft, deren utopische Energien erschöpft sind.» Oder Fritz Brugger von Helvetas: «Wir brauchen hier immer wieder einen neuen Kick; sei es in esoterischer Richtung oder sei es ganz 'ursprüngliche' Musik aus Mali.» Entlarvend wird die Verklärung der Dritten Welt bei Jean Ziegler, wenn er schreibt: «Die Armen sind die Zukunft der Reichen. Es sind die ärmsten Völker, die den verborgenen Sinn des Lebens am sichersten kennen. Sie sind ein Brunnen in der Wüste für die gesamte Menschheit.» Wenn er dann von den «biegsamen Körpern» der Tuareg schwärmt oder Frauen von den Kapverdischen Inseln als «endlos sich schlängelnde Reihe braune Körper, schlanker Hälse, schöner, aber ausgezehrter Gesichter» beschreibt, kippt die Verklärung definitiv in Rassismus und Sexismus um.

Tauschhandel

Grundsätzlich kann das Verhältnis zwischen Industrieländern und Dritter Welt als Markt betrachtet werden, auf dem immaterielle Güter gehandelt werden. Mit der Spendenwerbung im Stil des «Hunger-Plakats» von Caritas aus dem Jahr 1983 wird unser materieller Überfluss dem Mangel in der Dritten Welt gegenübergestellt. Mit einer Spende erlangen wir eine Erleichterung des schlechten Gewissens. Diese Art von Tauschhandel ist zur Zeit in den Hintergrund gerückt. André Simonazzi von Caritas: «Die Leute wollen heute in der Spendenwerbung keine Not und kein Elend sehen. Solche Bilder ertragen sie nur noch in der Tagesschau, wo sie durch ModeratorInnen und KorrespondentInnen vermittelt werden.» Dies, obwohl Armut in der Dritten Welt nach wie vor existiert. Heute will das Publikum schöne Bilder sehen.

Spenden bietet aber als Gegenwert nicht nur das Gefühl, etwas Wohltätiges getan zu haben. Modernere Formen der Spendenwerbung bieten als immaterielle Güter eine explizite oder implizite Zivilisationskritik an. Ein gutes Beispiel dafür ist die Swissaid-Kampagne von 1992, dem 500. Jubiläum der «Entdeckung» von Amerika, welche das Zeitalter der Kolonialisation einläutete. «500 Jahre lang wurde genommen. Damit können sie etwas zurückgeben», lautet die Aufforderung zur Spende. Hier wird die Spende nicht als etwas Wohltätiges dargestellt, sondern es wird auf politische Zusammenhänge verwiesen. Wer spendet, anerkennt in einem Prozess der Selbsterkenntnis die lange Tradition der ungerechten Beziehungen zwischen Industrieländern und Entwicklungsländern.

Schliesslich die Art der Spendenwerbung, welche Schönheit und Weisheit von Völkern der Dritten Welt darstellt. Ein Beispiel ist die Helvetas-Kampagne von 1993 mit dem Zitat eines Dorfchefs aus Mali: «Die Weissen denken zuviel.» Fritz Brugger von Helvetas: «Das Plakat sollte provozieren.» Es greift in erster Linie das schon oben erwähnte Thema der Zivilisationskritik, der Selbstanklage abendländischer Kultur auf, die von Rousseau's aufklärungskritischer Philosophie begründet wurde. Die zwar reichen, aber kopflastigen und von ihren Wurzeln abgeschnittenen SchweizerInnen dürfen im Gegenzug zu einer Spende aus dem kulturellen Fundus 'archaischer' Völker schöpfen. Bleibt zu sagen, dass die «Die Weissen denken zuviel»-Kampagne sehr erfolgreich war, ebenso wie die «Die Zukunft ist weiblich»-Kampagne von Caritas.

Literaturhinweis:

Ute Zurmühl: Der «Koloniale Blick» im entwicklungspolitischen Diskurs. Weltbilder und Bilder-Welten in der Entwicklungszusammenarbeit. Verlag für Entwicklungspolitik, Saarbrücken 1995

Ausserdem wurden der FRAZ freundlicherweise die Unterlagen zur Ausstellung «Gegenwerte. Hilfe für die Dritte Welt zwischen Geldspende und wohltätigen Konsum» (1994) am Ethnologischen Seminar der Universität Fribourg zur Verfügung gestellt. Konzept und Gestaltung der Ausstellung stammten von Katrin Mosimann, Dunja Keller, Katharina Meier und Beatrice Voirol.

Kathrin Winzeler ist Germanistin, lebt in Zürich und arbeitet hauptberuflich in der HörerInnenforschung des SRG-Forschungsdienstes in Bern.

INSERAT