

Die Masche mit den Kulleraugen – Patenkinder

Mit Hilfe von Patenschaften für bedürftige Kinder nehmen Hilfswerke in Deutschland, Österreich und der Schweiz jedes Jahr hunderte Millionen Euro ein. Doch so erfolgreich das Fundraising mit Kinderpatenschaften ist, so umstritten ist es auch.

Von PETER NEITZSCH

Jobins Eltern leiden an einer geistigen Behinderung. Durch ihre Krankheit können sie sich kaum um den Jungen kümmern. Jetzt soll Jobin in ein Kinderheim aufgenommen werden und sucht einen Paten. Ob Tresa aus Bangladesch, Naomi von den Philippinen oder Milano aus Indonesien – potenzielle Paten können sich auf der Website des Christlichen Missionsdienstes ihr Wunschkind aussuchen. In den Heimen des Hilfswerks leben etwa 10 000 Kinder. Neben Waisenkindern sind auch viele darunter, die von ihren Eltern nicht mehr versorgt werden können. Ihre Heimplätze werden von Paten aus Europa finanziert.

Die Masche mit den niedlichen Kulleraugen funktioniert: Patenschaften zählen zu den erfolgreichsten Fundraising-Instrumenten überhaupt. Die Zahlen des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI), das in Deutschland den Umgang mit Spendengeldern überprüft und das Spenden-Siegel vergibt, sprechen eine deutliche Sprache: Laut DZI Spenden-Almanach konnten Anbieter von Kinderpatenschaften ihr Spendenaufkommen mitunter mehr als verdoppeln.

So stiegen zwischen 2002 und 2009 die Einnahmen von Plan International Deutschland, dem größten Anbieter von Kinderpatenschaften, um 125 Prozent auf 85 Millionen Euro. Das christliche Hilfswerk World Vision verdoppelte seine Spenden in dem Zeitraum auf 62 Millionen Euro: Wachstumsraten, die Hilfswerke ohne Patenschaften nicht vorweisen können. Die zwölf größten Organisationen im DZI Spendenindex sammelten 2009 gemeinsam 727,8 Millionen Euro ein – über die Hälfte

davon stammt aus Patenschaften. Hinzu kommen junge Organisationen, die mit Patenschaften auf den Spendenmarkt drängen. Benefizshows im Fernsehen tragen ihren Teil zur Popularität des Instruments bei. Davon, die Kinder katalogähnlich anzubieten, wie es auf den Seiten des Christlichen Missionsdienstes der Fall ist, sind die meis-

dorf kam, oder die Religionszugehörigkeit des Kindes, geben wir nicht weiter.“ Auch würden die Kinder nicht angehalten, Briefe an ihre Paten zu schreiben.

Der Christliche Missionsdienst verteidigt sein Konzept: „Kinder, die in ihrer kurzen Kindheit nur Not und Elend erlebt haben, bekommen durch den Briefkontakt das



ten Organisationen allerdings abgerückt. Viele Anbieter von Patenschaften haben Richtlinien zum Schutz der Kinder entwickelt. So sagt Christiane Fischer, Referentin für Patenschaften der SOS-Kinderdörfer: „Sensible Daten, zum Beispiel über die Hintergründe, warum das Kind ins SOS-Kinder-

Gefühl, dass es einen Menschen gibt, der sie nicht nur unterstützt, sondern sich auch um sie sorgt.“ Das DZI Spenden-Siegel besitzt der Missionsdienst nicht. Lediglich ein Spenden-Siegel der Evangelischen Allianz (DEA), einem evangelikalen Netzwerk, kann die Organisation vorweisen.

zwischen Botschafter und Werbeträger

Auch auf der Website der österreichischen Organisation „Rettet das Kind“ findet sich eine Auswahl potenzieller Patenkinder im Alter von drei bis vierzehn Jahren, auch hier werden die individuellen Lebensumstände der Kinder nicht ausgespart. Die Organisation, die derzeit knapp 1500 Patenkinder in elf Ländern betreut, wirbt ausdrücklich damit „echte“ Einzelkind-Patenschaften anzubieten. „Im Gegensatz zu von anderen Organisationen angebotenen Patenschaften, die oft Gemeinschafts-Patenschaften sind, bietet ‚Rettet das Kind‘ echte individuelle Patenschaften an“, heißt es auf der Seite.

Eine Praxis, die die Erziehungswissenschaftlerin Annette Scheunpflug im Interview mit dem Fundraiser-Magazin als „völlig überholt“ kritisiert. Dabei bestünde die Gefahr, dass die Förderung einzelner Kinder oder Familien vor Ort zu sozialen Ungleichgewichten führt. Ein Kind erhält Privilegien, ein anderes nicht. Seit Mitte der siebziger Jahre ist die klassische Einzelkind-Patenschaft zunehmend in die Kritik geraten, so dass die meisten Hilfswerke von dieser Form der Entwicklungshilfe abgerückt sind. Patengelder werden heute breiter gestreut und kommen in der Regel ganzen Schulklassen oder Dörfern zugute.

EIN KIND, EIN GESICHT, EIN SCHICKSAL

Doch auf das lukrative Fundraising-Instrument Kinderpatenschaft wollen die wenigsten Organisationen verzichten. „Der Grund, aus dem Hilfswerke mit Patenschaften werben, ist im Fundraisingkonzept zu suchen“, so Scheunpflug. Kaum etwas spricht den Spender so emotional an, wie Kinder. „Ein Kind, ein Gesicht, ein Schicksal vor Augen zu haben, dem ich als Patin ein besseres Leben ermöglichen kann, ist eine starke Motivation“, sagt auch Fischer von den SOS-Kinderdörfern, deren Spendeneinnahmen zu 15 Prozent aus Patenschaften stammen.

Zu den führenden Anbietern von Kinderpatenschaften zählen Plan International, World Vision und die Kindernothilfe. Die Patenschaftsgelder kommen bei allen großen Anbietern der ganzen Gemeinschaft zugute. Die Patenkinder werden dabei zu „Botschaftern ihrer Lebenswelt“, wie es Angelika Böhling, Pressesprecherin der Kindernothilfe Deutschland, ausdrückt. Allerdings betont Böhling: „Patenschaften dürfen kein Marketinginstrument sein, sondern müssen in die Projekt- und Programmarbeit einer Organisation vollständig und sinnvoll integriert sein.“

HOHER VERWALTUNGSAUFWAND VERSUS LANGFRISTIGE BINDUNG

Auch das DZI empfiehlt Kinderpatenschaften, durch die Projekte gefördert werden, „die der ganzen Gemeinschaft, in der das Kinde lebt, zukommen.“ Die Kluft zwischen der Spendererwartung, ein einzelnes Kind zu fördern, und der Praxis der Entwicklungshilfe wird dabei von den Organisationen in Kauf genommen. So unterstützte die Kindernothilfe 2009 insgesamt 588 700 Kinder, rund 100 000 davon wurden über Patenschaften gefördert. Die Einnahmen aus Patenschaften machen allerdings knapp zwei Drittel des Budgets der Organisation aus.

Befürworter von Patenschaften führen vor allem die langfristige finanzielle Planbarkeit ins Feld: Eine Patenschaft dauert in der Regel fünf bis acht Jahre. Die Kosten für den Paten betragen je nach Organisation zwischen 25 und 80 Euro im Monat. „Der wesentliche Vorteil des Patenschaftssystems ist die persönliche Beziehung zwischen Spender und Menschen im Projekt sowie die nachhaltige Sicherung der Finanzierung“, begründet World Vision das Fundraising mit Patenschaften. Die Organisation förderte 2005 rund 150 000 Kinder.

Auch Antje Schröder, Pressesprecherin von Plan International Deutschland, sagt: „Die Spender interessieren sich bei Ein-

zelpatenschaften stärker für ein Thema.“ Über den persönlichen Bezug entstehe dann auch ein Interesse an entwicklungspolitischen Themen. Die deutsche Sektion von Plan International betreut mehr als 297 000 Patenkinder, weltweit sind es rund 1,5 Millionen. Mit den Patenschaften generiert Plan fast 85 Prozent der Einnahmen. Der Schwerpunkt der Entwicklungs- und Kampagnenarbeit liegt dabei auf Mädchen. „Das hat keine rein werblichen Gründe“, betont Schröder. „Wir wollen die Benachteiligung von Mädchen bekämpfen.“ Eine Patenschaft könne die Rolle des Mädchens in der Gemeinschaft stärken.

Andere Organisationen, darunter Misereor, Adveniat, terre des hommes und Brot für die Welt, lehnen Kinderpatenschaften ab. Zu den Kritikern dieser Form der Spendenwerbung zählt auch die Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt e.V. (ASW). ASW-Fundraiser Tobias Zollenkopf sagt: „Als seriöses entwicklungspolitisches Instrument hat die Einzelkind-Patenschaft ausgedient. Sie ist heute lediglich ein überaus erfolgreiches Marketingmittel.“ So sei bei einer Kinderpatenschaft der moralische Druck, die Spende aufrecht zu erhalten, hoch. „Werbung für die eigentlich unterstützten Projekte, also in der Regel für Erwachsene oder gar sehr alte Menschen, ist weitaus schwieriger. Sie sehen nicht so niedlich und unschuldig aus.“

Gerade beim vermeintlich unbürokratischen Modell Patenschaft liegt der Verwaltungsaufwand allerdings oft höher als bei konventionellen Spenden: „Der Pate muss individuell über sein Patenkind informiert werden. Briefe müssen geschrieben und übersetzt werden et cetera“, gibt die Pädagogin Scheunpflug zu bedenken. Bei den meisten Hilfswerken fließen zwischen 10 und 20 Prozent der Spendeneinnahmen in die Verwaltung, wobei bei Patenorganisationen der Verwaltungskostenanteil im Mittel etwas höher ist, als bei Wettbewerbern, die auf Patenschaften verzichten.

Direktzahlungen an Kinder...

► 21

Annette Scheunpflug ist Professorin für Allgemeine Erziehungswissenschaft an der Universität Erlangen-Nürnberg. In ihrer Studie „Die öffentliche Darstellung von Kinderpatenschaften“ befasste sie sich mit Patenschaften aus entwicklungspädagogischer Sicht. Für das Fundraiser-Magazin sprach Peter Neitzsch mit der Expertin.

? Patenschaften gehören zu den erfolgreichsten Fundraising-Instrumenten.

Woran liegt das?

Das hat zwei Gründe: Zum einen weil sie ein abstraktes Thema in den Nahbereich hineinbringen. Zum zweiten, weil in der Regel mit Vorschul- oder Grundschulkindern geworben wird, denn das löst einen Hilfsreflex aus. Diejenigen, die am wenigsten für eine schlechte wirtschaftliche und soziale Situation können, sind die besten Forderer für Hilfe.

? Was sehen Sie daran kritisch?

Häufig ist den Spendern nicht klar, dass sie nicht für den Lebensunterhalt des Kindes, sondern für eine Maßnahme der Ent-



„Kinderpatenschaften blenden strukturelle Probleme aus.“

wicklungszusammenarbeit wie Brunnenbau oder Gesundheitsvorsorge einzahlen. Dass die Spendengelder in solche Maßnahmen fließen, ist entwicklungspolitisch völlig richtig. Durch die Patenschaft wird aber die Illusion genährt, man helfe einem Kind in einer ganz persönlichen Beziehung. Das legt das Wort Patenschaft ja nahe..

? Manche Organisationen werben damit, „echte Einzelkind-Patenschaften“ anzubieten, bei denen das Geld ganz dem Kind zu Gute kommt.

Das ist ein völlig überholter Ansatz, von dem die meisten Organisationen lange abgerückt sind. Die Einzelfallhilfe trägt nichts zur Veränderung der Strukturen bei, sondern nährt vielmehr Neid. Der Grund, aus dem Hilfswerke mit Patenschaften werben, ist vielmehr

im Fundraisingkonzept zu suchen. Nur muss man dann die Frage stellen, warum dem Spender nicht die Komplexität der Entwicklungsarbeit zugemutet wird. Manche Paten fallen aus allen Wolken, wenn man ihnen sagt, dass ihre Unterstützung nicht direkt dem Kind zu Gute kommt.

? Der mündige Verbraucher, der über die Arbeit der Organisation informiert ist, kann also nicht vorausgesetzt werden?

Wenn das so wäre, bräuhete man ja nicht mit Kinderpatenschaften zu werben. Dass diese Form der Spendenwerbung funktioniert, zeigt ja, dass die Verbraucher nicht ausreichend aufgeklärt sind. Sonst würde man keinen Unterschied zu anderen Spendenformen feststellen.

? Werden die Kinder für die Spendenwerbung instrumentalisiert?

Es gibt große Unterschiede im Grad der Instrumentalisierung der Kinder, inwieweit sie als hilflos oder als handelnde, starke Subjekte gezeigt werden. Hier unterscheiden sich die Hilfswerke deutlich. Mit Kindern, die in SOS-Kinderdörfern in Deutschland leben, darf zum Schutz des Kindes nicht geworben werden. Das gilt nicht für Kinder, die nicht in Deutschland leben. Da zeigt sich eine Ungleichbehandlung der Kinder.

? Was halten Sie davon, dass sich Paten vor Ort über Projekte informieren können?

Das ist ebenfalls ambivalent. Einerseits sind Begegnung und Lernen über Lebenssituationen Anderer etwas, das in einer globalisierten

Welt immer wichtiger wird. Andererseits kann es natürlich sehr schnell zu falscher Dankbarkeit und enttäuschten Hoffnungen auf beiden Seiten kommen. Denn der Reichtum des Westens führt auch bei der anderen Seite zu Projektionen. Die Frage ist: Wie werden beide Seiten bei einer Begegnung von der Hilfsorganisation begleitet? Das wird von den einzelnen Organisationen sehr unterschiedlich gehandhabt.

? Sind Projekt- oder Dorfpatenschaften eine Alternative zur Kinderpatenschaft?

Das ist sicherlich besser, da dabei vermieden wird, Kinder zu instrumentalisieren und zum Ziel von Projektionen zu machen. Doch auch hier tritt das Problem auf, wer ist wann und wo ein Nutznießer der Hilfe. Es gibt ja auch zahlreiche Maßnahmen, die als Strukturhilfe oder Bildungsarbeit gar nicht auf die Unterstützung einzelner Gemeinden zielen. Am wirksamsten helfen nicht-zweckgebundene Spenden an große Hilfswerke.

? Wenn aber Patenschaften so erfolgreich darin sind, Spenden für die gute Sache zu generieren, ist es da nicht besser, billigend in Kauf zu nehmen, dass manches verkürzt dargestellt wird?

Das hängt vom gesellschaftlichen Kontext ab, in dem die Entwicklungsarbeit angesiedelt wird. Wenn man der Meinung ist, dass diese Arbeit auch auf strukturelle Defizite in der globalen Verteilungsgerechtigkeit aufmerksam machen und dazu beitragen sollte, solidarische Formen des Wirtschaftens zu entwickeln, wird dies durch Kinderpatenschaften konterkariert, da sie Hilfe individualisieren und so die Notwendigkeit struktureller Veränderungen durch die Nicht-Zumutung der politischen Verhältnisse systematisch ausblenden. Wenn man dagegen das Konzept einer globalen Sozialhilfe vertritt, ist man eher geneigt, das billigend in Kauf zu nehmen. Für eine Kooperation auf Augenhöhe mit den Ländern des Südens wird durch die Bilder von Patenkindern jedenfalls nicht geworben. ■

19 ▶ ...und ihre Familien gibt es weder bei Plan International noch bei World Vision. Wie andere auch setzt World Vision auf Projektarbeit: „Zur Gründung kleiner Betriebe, die die Familie ernähren, werden Mikro-Kredite vergeben, aber auch Tiere für eine Zucht oder Setzlinge für eine Baumschule.“ Die Kinder sind lediglich das Gesicht der Entwicklungsarbeit.

Doch auch der Umgang mit solchen „Beispielkindern“ ist für Patenschaftskritiker wie die Schweizer Stiftung ZEWO, dem Pendant zum deutschen DZI, problematisch. Die Leiterin der ZEWO, Martina Ziegerer, erklärt: „Der direkte Kontakt zu den Kindern darf nicht zu Werbezwecken instrumentalisiert werden.“ Es sei falsch, eine Bindung des Spenders an ein spezielles Kind aufzubauen. Die ZEWO vergibt deshalb anders als das deutsche DZI oder die Kammer der Wirtschaftstreuhänder in Österreich kein Spenden-Siegel an Organisationen, die Kinderpatenschaften vermitteln.

FALSCHER ERWARTUNGEN VERMEIDEN

Viele Patenorganisationen bieten die Möglichkeit, sich vor Ort über das Projekt zu informieren und das Patenkind zu besuchen. Bei Plan International machen rund 600 Paten im Jahr davon Gebrauch. „Das ist auch eine Form der Kontrolle unserer Arbeit“, sagt Pressesprecherin Schröder. World Vision wirbt im Internet gar mit dem direkten Kontakt zum Patenkind: „Sie können Briefe versenden und das Patenkind sogar direkt vor Ort besuchen.“ Aufklärungsarbeit oder Erlebnistourismus mit Helfergefühl? Wie diese Gratwanderung bewältigt wird, hängt vor allem von der Betreuung vor Ort ab.

In der Schweiz sorgte im November vergangenen Jahres ein TV-Beitrag für eine kontroverse Debatte über Kinderpatenschaften. Das von Plan International vermittelte Patenkind der Redakteurin Andrea Pfalzgraf war an Malaria gestorben. Pfalzgraf besuchte daraufhin die Familie des Mädchens in Malawi und hielt Plan vor, dass das Geld gar nicht beim Patenkind angekommen sei. Der Fernsehbericht machte deutlich, so Christian Hosmann, Leiter von SOS-Kinderdorf Schweiz, dass viele Paten von völlig falschen Erwartungen ausgingen. „Häufig wird von Organisationen, die mit Kinderpatenschaften werben, nicht ausreichend kommuniziert, wie die Gelder vor Ort verwendet werden.“

Das SOS-Kinderdorf Schweiz hat sich bereits 2005 von Patenschaften für einzelne Kinder verabschiedet. Neben der Zertifizierung durch die ZEWO haben auch ethische Überlegungen bei dem Schritt eine Rolle gespielt. So fragt sich Hosmann: „Was ist mit Kindern im Umfeld des Patenkindes, die nicht bepatet werden? Bei Sachgeschenken gehen andere Kinder dann leer aus.“ Auch bestünde eine starke Abhängigkeit zwischen dem Kind und seinem Paten. Derzeit gibt es noch rund 2 000 bestehende Kinderpatenschaften, die auslaufen. „Wir haben jetzt neue Produkte wie die Kinderdorf-Patenschaft entwickelt“, sagt Hosmann.

Kinderdorf-Patenschaften sind Kollektivpatenschaften, die zweckgebunden an einen Standort gehen. So lässt sich ein Standort langfristig finanziell absichern. „Die Umstellungsphase hat uns natürlich schon viel Geld, Zeit und Kraft gekostet. Aber viele ehemalige Kinderpaten sind auch bereit gewesen, eine Kinderdorf-Patenschaft zu übernehmen.“ Kinderdorf-Patenschaften hätten außerdem den Vorteil, dass sie nicht mit der Volljährigkeit des Kindes enden.

Der Schritt von Kinderpatenschaften hin zu projektbezogenen Patenschaften oder Partnerschaften erfordert allerdings auch ein Umdenken auf Seiten der Spender. Tobias Zollenkopf von der Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt sagt: „Unser Appell ist es, sich Gedanken darüber zu machen, ob die Übernahme einer Patenschaft nicht eher die eigenen Bedürfnisse befriedigt, als die des ausgewählten Patenkindes.“ ■