

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

Schwarze Kinder in weißen Einkaufswagen

Eine Rassismus- und Kritische Weißseins-Analyse der
Spendenplakate der österreichischen Kindernothilfe

Michael Deflorian

20.4.2012

Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften
Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft
Wintersemester 2011/12
HS 30302a
Postkoloniale Perspektiven in Theorie und Praxis

Eingereicht bei: Dipl.-Pol. Laura Johanna Stielike

Abgegeben von:

Michael Deflorian
Transvaalstr. 15
13351 Berlin
Tel.: 0176/78612719
E-Mail: m.deflorian@fu-berlin.de
Matrikelnr.: 4359715
Bachelor Politikwissenschaft

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	1
1.1 Kritische Schreibweise.....	2
1.2 Persönliche Verortung.....	3
2. Theorien.....	4
2.1 Rassismus.....	4
2.2 Kritisches Weißsein.....	7
2.2.1 Das weiße Subjekt.....	7
2.2.2 „schwarz“ und „weiß“.....	9
2.2.3 Die weiße Psyche.....	10
3. Bisheriger Forschungsstand.....	12
3.1 „White Charity“.....	12
3.2 Darstellung von Schwarzen Kindern.....	13
4. Untersuchungsobjekte.....	14
4.1 Die österreichische Kindernothilfe.....	14
4.2 Auswahl der Plakate.....	15
5. Methode der Bild-Analyse.....	16
6.1 Kampagne 2006 – „Eine Patenschaft macht mir einfach Freude“.....	17
6.2 Kampagne 2007 – „1 Euro bewegt mehr als nur ein Einkaufswagerl“.....	20
6.3 Kampagne 2010 – „Sei nett zur Menschheit“.....	23
6.4 Vergleich der Plakate.....	26
7. Fazit und Ausblick.....	28
8. Literaturverzeichnis.....	30
8.1 Monografien, Beiträge und Webseiten.....	30
8.2 Abbildungsverzeichnis.....	32

1. Einleitung

„Werden Sie Pate“. Wer regelmäßig durch Österreichs Straßen geht, kennt diese Aufforderung. Sie stammt von der Kindernothilfe, der bekanntesten Spendenorganisation in der österreichischen Plakat-Landschaft. Dass Spendenplakate nicht nur zum Geben für den „guten Zweck“ motivieren wollen, sondern auch Bilder transportieren, die ins Unterbewusstsein wirken, hat 2011 ein deutscher Dokumentarfilm gezeigt. „White Charity“ von Timo Kiesel und Carolin Philipp erörtert, wie Spendenplakate *Schwarze*¹ Menschen als unterlegen konstruieren und gleichzeitig ein positives *weißes* Selbstbild erschaffen. Das eröffnet eine starke Diskrepanz zwischen dem moralisch „guten“ Anspruch der Organisationen und der bildlich negativen Darstellung von *Schwarzen* Menschen. Da Spendenorganisationen ein Monopol auf deren Repräsentation im öffentlichen Raum haben, tragen sie zudem machtwirksam zur Wahrnehmung und dem Umgang mit *Schwarzen* Menschen in der Gesellschaft bei (vgl. Kiesel und Philipp 2011).

Für ihre Analyse haben die FilmemacherInnen über 200 deutsche Plakate aus den letzten Jahren aufgearbeitet. In Österreich, wo die Spendenlandschaft bedeutend kleiner ist, ist es v.a. die Kindernothilfe, die über Freianzeigen auf die Straßen kommuniziert. Das reizte mich, die Diskussion um die Darstellung von *Schwarzen* Menschen um einen österreichischen Beitrag zu ergänzen. Gleichzeitig unterscheiden sich die Plakate der Kindernothilfe durch ein entscheidendes Merkmal von den allermeisten deutschen Darstellungen. Während auf diesen *weißen* Menschen fast immer abwesend sind (vgl. Kiesel und Bendix 2009: 490), werden sie auf den Plakaten der Kindernothilfe stets abgebildet, als sogenannten „PatInnen“.

Für die Analyse habe ich drei Plakate aus den drei Kampagnen-Phasen der Organisation ausgewählt. Als Leitfaden für die Untersuchung dienen zwei Fragestellungen, die ich im Verlauf der Arbeit erläutern werde:

Wird in den Plakaten „Rassismus“ durch die Konstruktion von Unterschieden, deren Hierarchisierung und Verknüpfung mit Macht sichtbar?

Wird in den Plakaten „Weißsein“ durch *weiße* Überlegenheitsvorstellungen und *weiße* psychische Strategien sichtbar?

¹ Die kursive bzw. große Schreibweise der Begriffe „*Schwarz*“ und „*weiß*“ werde ich im anschließenden Kapitel 1.1 erklären.

In Kapitel Eins werde ich kurz auf die Schreib- und Begriffsweise in dieser Arbeit sowie meinen persönlichen Hintergrund eingehen. Darauf folgt der Theorieteil der Arbeit, in dem ich die zentralen Begriffe „Rassismus“ und „Kritisches Weißsein“ sowie die damit verbundene Kritik behandeln werde. Kapitel Drei wird anschließend den Film „White Charity“ aufgreifen, der wichtige Erkenntnisse und Vergleichswerte für meine Analyse liefert. In Kapitel Vier werde ich kurz die Kindernothilfe vorstellen und meine Auswahl der drei Plakate erklären. Die Methode, um diese zu untersuchen, wird im nächsten Kapitel im Zentrum stehen. In Kapitel Sechs werde ich schließlich die Analyse der drei Plakate vornehmen und miteinander vergleichen. Den Abschluss bilden das Fazit und ein Ausblick auf die Gestaltung von Spendenplakaten sowie das Literaturverzeichnis.

1.1 Kritische Schreibweise

Wissenschaftliche Arbeiten, die sich mit den Themen Rassismus und Kritischem Weißsein beschäftigen, stehen vor dem grundsätzlichen Dilemma, bei Verwendung von Begriffen wie „schwarz“ oder „Rasse“ Stereotype festzuschreiben, die sie durch ihre Analyse gerade dekonstruieren wollen (vgl. Wachendorfer 2001: 100). Um sich dabei zu behelfen, haben sich kritische Schreibweisen etabliert, die den Wörtern eine gewendete Bedeutung geben sollen. Ich werde in dieser Arbeit Begriffe *Schwarz* und *weiß* kursiv schreiben, um auf deren sozialen Konstruktionscharakter und meine Verwendung als Analysebegriff hinzuweisen. Zudem werde ich das „S“ in der adjektivischen Verwendung von *Schwarz* auch groß schreiben, um den Widerstandscharakter vieler *Schwarzer* Menschen gegenüber *weißen* und rassistischen Strukturen hervorzuheben. Schließlich werde ich auch Begriffe, deren Inhalte oder Deutungen ich anzweifle unter Anführungszeichen setzen, wie z.B. „Rasse“ oder „Entwicklung“.

In den Kapitel Zwei, Drei und Sechs werde ich wichtige Motive und Prozesse von Rassismus und Weißsein **fett** hervorheben. Diese werden in der Untersuchung der Plakate herangezogen und sollen als Indikatoren für die Beantwortung der Fragestellungen dienen.

Um es den Lesenden etwas zu erleichtern, werde ich unter *Schwarze* Menschen all jene Personen verstehen, die Opfer von Rassismus sind und deren Weißsein aufgrund ihrer „Hautfarbe“, Nationalität, Religion ect. angezweifelt wird. Damit sind neben Menschen mit afrikanischen „roots“ oder „routes“ auch „People of Color“ gemeint, deren „roots“ oder „routs“ in anderen Teilen der Welt liegen, wie z.B. der Türkei, Indien, Afghanistan, Roma, Sinti ect. (vgl. Arndt 2005: 344). Auch

Peggy Piesche bezeichnet *Schwarz* als eine „... Identität der Unterdrückungserfahrungen, die alle Gruppen von people of color einschließt“ (Piesche 1999: 204, zitiert nach Philipp 2006: 11). Als *weiße* Menschen bezeichne ich dem gegenüber Menschen, die von ihrem Weißsein profitieren und nicht Opfer von Rassismus werden.

1.2 Persönliche Verortung

Ähnlich wie die postkolonialen Theorien fragt die Kritische Weißseinsforschung nach der Verortung und Produktion von Wissen. Da der Ort, von dem aus intellektuell interveniert wird, in direktem Zusammenhang mit der Subjektposition steht (vgl. Castro Varela/Dhawa 2003: 280), möchte ich hier kurz meinen persönlichen Hintergrund für diese Arbeit darlegen. Aufgewachsen in einer *weißen* österreichischen Mittelklasse-Familie, in einem fast ausschließlich *weißen* Umfeld, hatte ich selten Anlass mich mit Rassismus auseinanderzusetzen. Das Thema war stets etwas, womit andere zu tun hatten, und gegen das ich selbst mit einer linksliberalen und „toleranten“ Einstellung gefeit zu sein glaubte. Das änderte sich erst im Verlauf des politikwissenschaftlichen Studiums, in dem ich mich intensiv mit Themen der Migration und der Postkolonialen Studien auseinandersetzte. Ich erkannte langsam die rassistische Struktur, in der ich als *Weißer* be- und gefangen war (vgl. Arndt 2005: 349) und über welche Privilegien ich verfügte. Dass ich als rechtlicher „Ausländer“ unbemerkt durch den öffentlichen Raum wandeln konnte und wie ein Deutscher behandelt wurde; bei Erkenntnis werden als Österreicher fast immer mit positiven Assoziationen rechnen konnte; als EU-Bürger keinerlei Rechenschaft darüber abgeben musste, ob ich über genug Geld verfüge, um in diesem Land bleiben zu können; mit gerade einmal zwei Jahren Wohnsitz für die Wahl zur Bezirksverordnetenversammlung berechtigt war, u.v.a.m. Das neue Wissen um postkoloniale Perspektiven und Kritisches Weißsein prägte auch meine Tätigkeit in einer entwicklungspolitischen Nichtregierungsorganisation und wird das wohl noch weiter tun, hin zur „Produktionsseite“ von Entwicklungsdiskurs und Rassismus. Auch die Wahrnehmung, dass eine solche Denkmkehr in Österreich noch mehr am Anfang steht als in Deutschland, hat mich zum Schreiben dieser Arbeit bewegt.

2. Theorien

2.1 Rassismus

*"Und euer Rassismus ist so unschuldig
weil ihr weder Böses wollt, meint, noch tut
und einfach nicht versteht,
was ihr Tag für Tag, Spruch für Spruch und Frage für Frage
anrichtet."*

(Robinson 2011: 45)

Das Wort tut weh, ist mit schmerzhaften Bildern und Aussagen verbunden und wird deswegen gern vermieden: „Rassismus“. In Österreich denkt man bei dem Begriff meist an die beiden rechtspopulistischen Parteien FPÖ und BZÖ², bekannt gewordene Übergriffen auf *Schwarze* Menschen oder Marcus Omufuma, der als Schubhäftling auf einem Flug nach Nigeria durch zwei Justizbeamte ums Leben kam.

So offensichtlich und verstörend diese Beispiele sind – in der Rassismus-Forschung wird der Begriff wesentlich breiter definiert. Nicht nur sichtbare Gewalt und hörbare Aussagen werden als rassistisch angesehen, sondern ein viel weiter greifendes Diskriminierungsmuster (vgl. Arndt 2011: 40). Eine passende Definition für mein Analysevorhaben bietet die *Schwarze* Psychoanalytikerin Grada Kilomba. Demnach entsteht Rassismus aus drei gleichzeitig stattfindenden Vorgängen: es werden Unterschiede konstruiert, hierarchisiert und schließlich mittels Macht durchgesetzt (vgl. Kilomba 2010: 42). Wie dieser Prozess stattfindet soll im Detail erklärt werden:

1. Es werden Unterschiede konstruiert, wodurch jemand als „anders“ aufgrund seiner Zugehörigkeit zu einer „rassischen“ (z.B. *Schwarze*) oder religiösen Gruppe gesehen wird. Dieser Vorgang ist nur möglich durch eine Gruppe, die die Macht hat, sich selbst als Norm zu definieren (in unserem Fall: die *weiße* Norm). Dementsprechend „ist“ niemand „anders“, sondern er oder sie „wird“ es erst (vgl. ebd.).
2. Es bleibt nicht bei der bloßen Definition einer Gruppe von Menschen als „anders“. Die konstruierten Unterschiede werden verbunden mit hierarchischen Werten. Der Mann/die Frau ist nicht nur „*Schwarz*“ oder „muslimisch“, sondern auch „gefährlich“, „faul“ oder „exotisch“. Solche hierarchischen Werte bringen eine Naturalisierung von Eigenschaften mit sich, da sie sogleich einer ganzen Gruppe zugeschrieben werden. Die hierarchische

2 Abk. für „Freiheitliche Partei Österreichs“, sowie „Bündnis Zukunft Österreich“

Bewertung von konstruierten Unterschieden bezeichnet man auch als Vorurteil (vgl. ebd.).

3. Rassismus bildet nun die Verbindung aus Vorurteil und Macht – historischer, politischer, sozialer und wirtschaftlicher Macht. Eine Gruppe gilt als nicht rassistisch, wenn sie nicht über genügend Macht verfügt – dementsprechend spricht man „nur“ von einem Vorurteil. Deutlich wird Rassismus durch „global differences in the share of and access to valued resources such as political representation, policies, media, employment, education, housing, health, ect“ (ebd.).

Diesen Prozess von Rassismus vor Augen, stellt sich die Frage nach dem Grund für so ein tiefgreifendes Diskriminierungssystem. Laut Albert Memmi dient Rassismus dazu, unterschiedlichen Macht- und Lebenschancen von *Weiß*en und *Schwarz*en sowie *weiße* Aggressionen und Privilegien zu legitimieren (vgl. Memmi 1982, zitiert nach Arndt 2005: 342).

Und dies nicht erst seit heute: historisch hat der Rassismus seine stärksten Wurzeln in der Kolonial- und Neuzeit. Damals standen Europa und die USA vor dem Dilemma, die eigenen Menschheitsideale wie „Freiheit“, „Gleichheit“ und „Solidarität“ nicht mit Kolonisierung und Sklavenhandel vereinbaren zu können. Um Ausbeutung und Unterdrückung rechtfertigen zu können, behalf man sich mit der Erfindung von „Rassen“ (vgl. Arndt 2005: 341). Indem *Schwarze* Menschen zu „von Natur aus“, „wilden“ und „unzivilisierten“, „Heiden“ gemacht wurden, konnte es der „weiße Mann“ als seine „gottgegebene Bürde“ sehen, sie von ihrer „Unterentwicklung zu erlösen“. Die Konstruktion des „Anderen“ als unterlegen ermöglichte es so, ein eigenes *weißes* Selbstbild als „zivilisiert“, „fortschrittlich“ ect. zu erschaffen (vgl. Wachendorfer 2001: 91). Auf die dichotome Rassenkonstruktion zum Zwecke ökonomischen Machtstrebens bauten in Europa später sogenannte „Rassentheorien“ auf. Diese erhoben Anspruch auf Wissenschaftlichkeit und boten u.a. dem Nationalsozialismus eine pseudowissenschaftliche Basis (vgl. Arndt 2005: 341). Auch wenn dieser sich in seiner Ideologie mehrheitlich auf Jüdinnen und Juden bezog: die rassistische Logik der Auswahl, Wertung und machtvollen Durchsetzung von Unterschieden blieb dieselbe.

Rassistischen Ideologien wie diese werden heutzutage weitgehend abgelehnt – ihr Wissen wurde und wird jedoch fortdauernd reproduziert und schreibt sich wirksam in Glaubensgrundsätze, (Sprech)handlungen und Identitätsmuster ein (vgl. Arndt 2011: 43). So lässt sich in Österreich wie in ganz Europa eine Verschiebung der negativen Markierung auf Religion und Kultur feststellen, hin zu einem antiislamischen Rassismus. (vgl. ebd.: 42).

Neben dem Rassismus, der Menschen negativ markiert, existiert noch eine weitere Form, die weit

weniger offensichtlich ist. „Positiver Rassismus“ ist demnach die zweite Seite desselben Konstruktionsprozesses. Vorstellungen darüber, dass *Schwarze* „exotisch“ wären oder „besonders gut tanzen“ könnten, mögen auf den ersten Blick hin unbedenklich erscheinen. Dahinter liegt aber ein ähnliches Festhalten an Unterschieden, die in Körper eingeschrieben sind – und dadurch auch von verschiedenen „Menschenrassen“ ausgeht. Laut Homi Bhaba handelt es sich hierbei um ein komplexes koloniales Begehren, für das der oder die „Andere“ die Projektionsfläche darstellt (vgl. Bhaba 1994, zitiert nach Arndt 2011: 41).

Die Erkenntnisse der Rassismus-Forschung sind zu großen Teilen *Schwarzen* Menschen zu verdanken, die ihre Rassismus-Erfahrungen geteilt und wissenschaftlich aufgearbeitet haben. Auch die Critical Whiteness Studies oder auf deutsch, die Kritische Weißseins-Forschung geht maßgeblich auf das Wissensarchiv zurück, das *Schwarze* Menschen angelegt haben, um in einer *weißen* Gesellschaft bestehen zu können (vgl. Wollrad 2005: 32). Bei der Frage um Weißsein wird der Blick nun umgedreht: nicht mehr das rassistische Objekt steht im Mittelpunkt der Analyse, sondern dass rassistische Subjekt.

Mit Rassismus als weitgreifendes Diskriminierungsmuster lässt sich meine erste Analysefrage stellen:

Wird in den Plakaten „Rassismus“ durch die Konstruktion von Unterschieden, deren Hierarchisierung und Verknüpfung mit Macht sichtbar?

2.2 Kritisches Weißsein

2.2.1 Das weiße Subjekt

*“...the subject is extremely difficult to talk about
because many white people don't feel powerful
or as they have privileges that others do not.
It is sort of asking fish to notice water or birds to discuss air”
(Frances E. Kendall 2001, zitiert nach Philipp 2006: 13)*

Die zweite theoretische Grundlage für meine Arbeit bildet Kritisches Weißsein. Ähnlich wie in der Rassismus-Forschung gilt auch hier keine einschlägige Definition. Um auf die breite Bedeutung von Weißsein hinzuweisen, finde ich drei Thesen von Ruth Frankenberg hilfreich. Demnach ist Weißsein

- ein Ort, - ein „Standpunkt“, von dem aus *weiße* Leute sich selbst, andere und die Gesellschaft betrachten und bestimmen;
- ein Ort, der sich selbst unsichtbar, unbenannt, unmarkiert ist, und dennoch Normen setzt;
- ein Ort struktureller Vorteile und Privilegien

(vgl. Frankenberg 1993, zitiert nach Wachendorfer 2001: 87).

Gegenüber dem geläufigen Verständnis von „Weiß sein“, nämlich als phänotypisches Merkmal wie „Hautfarbe“, wirkt der Begriff in diesen Thesen stark verschieden. Ursula Wachendorfer beschreibt es weiter als „soziales Konstrukt“, das nicht „qua Natur“ definiert ist, sondern über die Hautfarbe hinausgeht und durch „unterschiedliche gesellschaftliche Praxen erst hergestellt [wird]“ (ebd.). Auch Susan Arndt spricht von einer „historisch und kulturell geprägten symbolischen Position, die mit Macht und Privilegien einhergeht“ (Arndt 2005: 343). Weißsein ist zudem noch mit anderen sozialen und politischen Konstruktionen wie Klasse, Geschlecht, Nation, Religion ect. verknüpft (vgl. Wachendorfer 2001: 87.). Auf diese Umschreibungen möchte ich im Folgenden eingehen.

Nach der ersten These von Frankenberg ist Weißsein ein „Standpunkt“, von dem aus *weiße* Menschen sich selbst, andere und die Gesellschaft betrachten und bestimmen. Tatsächlich sind sich *Weißer* dem selten bewusst. Wird eine *Weißer* nach ihrer Selbstbeschreibung gefragt, gibt sie meist Eigenschaften an wie etwa Alter, Beruf, Herkunft, Religion, sexuelle oder politische Orientierung.

Dass sie „weiß ist“ wird kaum zu hören sein – weil es in der Regel nicht zum Selbstkonzept gehört und daher nicht so einfach abgerufen werden kann. Dies ist umso interessanter, da eine *Schwarze* ihr Schwarzsein in der Regel sehr wohl benennen würde, genauso wie das Weißsein einer Person eine Bedeutung für sie hätte. Für sie sagt Weißsein etwas über die Position, den sozialen Status und die Beziehungsstrukturen in der Gesellschaft aus. Und im Gegensatz zu *Weißem* erlebt sie Diskriminierung und Rassismus aufgrund ihrer Markierung als „schwarz“ (vgl. Wachendorfer 2001: 88f.).

Warum ist das so? Hier helfen die zweite und dritte These von Frankenberg: Weißsein dient als Ort, „struktureller Vorteile und Privilegien“, der „Normen setzt“. Für *Weißer* ist es oft schwer sich bewusst zu machen, welche vorteilhafte Position sie in der Gesellschaft einnehmen. Privilegien werden meist mit dem sozioökonomischen Status oder dem Geschlechterverhältnis verbunden (vgl. ebd.: 92). Die amerikanische Weißseins-Forscherin Peggy McIntosh hat dem gegenüber eine Vielzahl *weißer* Privilegien erkannt, die von vielen anderen AutorInnen ergänzt wurde. So können sich *Weißer* ihrer Repräsentanz sicher sein – ob im öffentlichen Raum, den Medien, in Politik, Wirtschaft oder Kultur. Sie können sich darauf verlassen, dass sie als individuell, vielfältig und heterogen wahrgenommen werden. *Schwarze* erleben dem gegenüber meist eine verkürzte Sichtweise auf sich und werden viel stärker als „Kollektiv“ wahrgenommen. In alltäglichen Konkurrenzsituationen können sich *Weißer* zudem eher auf Erfolg verlassen als *Schwarze* (zum Beispiel bei Wohnungsvergaben, Arbeitsplatzsuche ect.). *Weißem* ist es erlaubt sich anonym durch den öffentlichen Raum zu bewegen, ohne ständig Blicke auf sich ziehen müssen. Sie verfügen über eine gewisse Informationssouveränität und müssen nicht auf Fragen über Geburtsort, Heiratsverhältnis der Eltern u.ä. reagieren. Auch können sich *Weißer* stets mit-gemeint fühlen, wenn es um politische Debatten geht, weil sie über genügend Repräsentanz verfügen, damit „ihre Themen“ diskutiert werden. Und im Gegensatz zu *Schwarzen* wird ihnen von vornherein Kompetenz, Objektivität und Neutralität unterstellt, während *Schwarze* oft mit Vorwürfen der Befangenheit und der mangelnden Kenntnis um die Mehrheitsgesellschaft kämpfen müssen (vgl. ebd.: 92ff.).

Diese Privilegien sehen *Weißer* für gewöhnlich als „normal“ für alle gegeben. Welche Folgen das hat, beschreibt die Psychologin Martina Tißberger:

"Privileges that accompany whiteness in a racist society are taken for granted by whites. These privileges define normality; those who do not profit from them appear as outside the norm. Their placement outside the norm renders them as 'different'. The 'difference' of those outside the norm is necessary to maintain

the normality inside; in other words, the term 'normality' would not make sense without conceptions of what is 'not normal' or of ab-normality." (Tißberger 2006: 87).

Auch Grada Kilomba schreibt, dass durch ihre Vormachtstellung *weiße* Diskurse im Zentrum bleiben, während *Schwarze* am Rand bleiben, als abweichend von der *weißen* Norm. So ergeben sich mehrere Gegensätze im Hinblick auf die Normalität zwischen *weiß/Schwarz*: universell/spezifisch; objektiv/subjektiv; neutral/persönlich; rational/emotional; unvoreingenommen/parteiisch; Wissen/Meinungen; Fakten/Erfahrungen. Diese Kategorisierung helfen die hierarchische Position und die *weiße* Vormachtstellung aufrechtzuerhalten. Hier wird entschieden, „who can speak“ (vgl. Kilomba 2005: 82f.).

2.2.2 „schwarz“ und „weiß“

Die eigene „Farbenblindheit“, die viele *Weißer* an den Tag legen, fällt umso mehr ins Gewicht, da ihnen in der Wahrnehmung von anderen Menschen „jemand Schwarzes“ sehr wohl auffällt und ein wichtiges Beschreibungsmerkmal darstellt. Was dabei als „schwarz“ gilt, ist starken Schwankungen unterlegen, je nach dem Nutzen der Schaffung von Unterschieden und Legitimität für die Exklusion von Menschen. Vom „*weißen* Standpunkt“ aus kann jeder „angeschwärzt“ werden (vgl. Tißberger 2006: 87; 92). Beispiele aus der Vergangenheit haben dies gezeigt: Eske Wollrad beschreibt die Situation von irischen MigrantInnen, die in den USA des 19. Jahrhunderts als eigene, den *Weißer* unterlegen „Rasse“ gesehen und behandelt wurden und lange dafür kämpften, um als ähnlich *weiß* anerkannt zu werden, auch auf Kosten der ebenfalls diskriminierten *Schwarzen* „Rasse“ (vgl. Wollrad 2006: 74f.). Weißsein ist somit eine relationale Kategorie, die abhängig ist von Ort, Zeit, sozioökonomischem Status und der politischen Orientierung. (vgl. Wachendorfer 2001: 90).

Auch Richard Dyer folgert: „Skin color is not really a matter of the color of skin“ (Dyer 1997: 49). Dabei macht die Unterscheidung in „Hautfarben“ nur Sinn durch den unbewussten Bezug auf Weißsein, das „*weiß*“ und „*Schwarz*“ einander gegenüberstellt (vgl. Seshadri-Crooks 2000: 20, zitiert nach Tißberger 2006: 88). Diese dualistische Konstruktion ist jedoch nicht inhaltsleer. Über die Jahrhunderte haben *Weißer* Material gesammelt und Konzepte entwickelt, die Schwarzsein bzw. Weißsein mit Zivilisation, Intelligenz, Körperlichkeit, Sexualität, Moral und anderen Eigenschaften verknüpft (vgl. Wachendorfer 2001: 90). Zwar werden *Schwarze* kaum mehr wie zu Kolonialzeiten als „wild“ oder „triebhaft“ angesehen, die Unterlegenheitsvorstellungen leben aber in Begriffen wie „unterentwickelt“ oder „Stagnation“ fort. Demgegenüber stehen auf der *weißen* Seite Assoziationen

wie „Fortschritt“ oder „Entwicklung“, ohne dass diese offen ausgesprochen werden muss. Es genügt, wenn Schwarzsein thematisiert wird, da Weißsein im Subtext mitverhandelt wird (vgl. ebd.). Mehr noch: Weißsein wird über Schwarzsein konstituiert und ist somit abhängig von der Konstruktion des „Anderen“ (vgl. Wollrad 2006: 51).

Zusammenfassend kann gesagt werden: *Weißer* verfügen über materielle und immaterielle Privilegien und all jene, die nicht über diese verfügen, werden als „abseits der Norm“ angesehen. „Schwarz“ und „weiß“ sind dualistische und voneinander abhängige Konstruktionen, denen auch heute noch Über- bzw. Unterlegenheitsvorstellungen eingeschrieben sind. Hier wird die Nähe zum Rassismus-Begriff offenbar. In der Forschung wird Weißsein als „Referenzort“ von Rassismus beschrieben (Tißberger 2006: 86) oder als „Konstruktion von Rassismus“, die „kollektive Wahrnehmungs-, Wissens-, und Handlungsmuster“ begründet (Arndt 2005: 343). Als dynamisches Konzept bildet Weißsein den „Motor, der die fortdauernde Rekonfiguration von 'Rasse' samt ihrer sich verändernden Implikationen hervorbringt und vorantreibt.“ (Wollrad 2006: 41). Auf den Punkt bringt es Grada Kilomba: „racism is white supremacy“ (Kilomba 2010: 42).

2.2.3 Die *weiße* Psyche

Um die Sichtweisen und Handlungen von *Weißer* besser zu verstehen, konnten einige TheoretikerInnen die Psychoanalyse fruchtbar machen (in dieser Arbeit siehe Tißberger 2006; Kilomba 2005, 2010). Hier ist die Aufzählung hilfreich, die Timo Kiesel in seiner Arbeit „White Charity“ vornimmt (vgl. Kiesel 2006b: 10f.).

Eine psychische Strategie von *Weißer*, mit dem eigenen Weißsein umzugehen ist die **Leugnung von Interdependenzen** (z.B. historischer, politischer oder wirtschaftlicher Natur) zwischen „sich“, dem *Weißer* und dem „Anderen“ als *Schwarzer*. Anstatt diese anzuerkennen, ermöglicht Weißsein jenen „im System“ (die Illusion von) Autonomie, Freiheit und Unabhängigkeit, eine Struktur, die *weiße* Gemeinschaften und Diskurse seit Jahrhunderten aufrechterhalten. Claire Pajaczkowska und Lola Young führen die Geschichtsvergessenheit auf die *weiße* Beteiligung an Ausbeutung und Unterwerfung zurück: „the absence of Whiteness in the European historiography [is] caused by the denial of imperialism [and that] has resulted in a blank spot in recollections of the destructive effects of seizure and of wielding power“ (Pajaczkowska und Young 1992: 220, zitiert nach Tißberger 2006: 90).

Während die Interdependenz zwischen *weiß* und *Schwarz* einerseits geleugnet wird, trägt die Kontrolle über das *Schwarze* zum **weißen Wohlbefinden** bei: "The seizure over the Black body as labor, resource or field of projection for desires and destructive 'drives' serves the white subject's material and psychic well-being" (Tißberger 2006: 94; vgl. auch McClintock 1995: 72).

Einen weiteren psychischen Nutzen, den *Weißer* aus *Schwarzen* ziehen ist die **Projektion der Schuld** auf die eigentlichen Opfer von Kolonialismus. Nur durch die Leugnung jeglicher Verantwortung an Ausbeutung lassen sich die Strukturen in Rassismus aufrechterhalten und rechtfertigen. Dem zugrunde liegt ein Prozess, in dem Teile der Psyche abgespalten werden und auf „die Anderen“ projiziert werden. Dies sind Seiten des *Weißer*, die von den Projizierenden ansonsten tabuisiert werden. Gleichzeitig ermöglicht dieser Vorgang einen **unbedenklichen Blick auf sich selbst**. Das *weiße* Selbstbild wird moralisch richtig, ehrlich, demokratisch und objektiv (vgl. Kilomba 2005: 80).

Um die eigene Sichtweise als wahr, authentisch und vorherrschend zu bestimmen, ist das *weiße* Subjekt auf das **Erzeugen von Fantasien über das Schwarze** angewiesen. In dem laufend Bilder über das *Schwarze* erfunden und verbreitet werden, bleibt dieses selbst in einer **Sprachlosigkeit** gefangen. Nur so kann das *weiße* Subjekt sicher stellen, dass seine „dunkle Geschichte“ unentdeckt bleibt und nicht eine andere Wahrheit erzählt werden kann (vgl. ebd.: 81).

Mit Weißsein als soziale Position, die auch psychisch stark mit Schwarzsein verbunden ist, lässt sich meine zweite Analysefrage formulieren:

Wird in den Plakaten „Weißsein“ durch weiße Überlegenheitsvorstellungen und weiße psychische Strategien sichtbar?

3. Bisheriger Forschungsstand

3.1 „White Charity“

2011 trug der Film „White Charity“ von Timo Kiesel und Carolin Philipp die Darstellung von *Schwarz* und *weiß* in deutschen Spendenplakaten erstmals in eine breite Öffentlichkeit. Über 200 Spendenplakate wurden aus einer postkolonialen und Weißseins-kritischen Perspektive analysiert. Eine quasi „Vorarbeit“ für den Film leisteten die Arbeiten von Kiesel (2006a, 2006b), Kiesel und Bendix (2009) sowie Philipp (2006). Im Film kommen wichtige postkoloniale und Weißseins-KritikerInnen wie Grada Kilomba, Peggy Piesche, Aram Ziai oder Klaus-Peter Köppler zu Wort, aber auch VertreterInnen von Nichtregierungsorganisationen wie Brot für die Welt oder die deutsche Kindernothilfe. Gefragt wird nach den Hintergründen, der Art und nach der weiteren Debatte der Darstellungen. Im Folgenden möchte ich die wichtigsten Aussagen zusammenfassen – mit Hinblick auf häufige Darstellungsformen und deren zugrundeliegenden Ursachen.

Schwarze Menschen werden in Spendenplakaten stets in klaren Bildern und wiederkehrenden Motiven dargestellt. Diese umfassen: **ursprünglich, krank, kindlich, ungebildet sowie kollektiv**. Durch diese stark einseitige Darstellung von *Schwarz* wird das *weiße* Selbstbild stets mit-dargestellt. So ergeben sich dazu gegensätzliche Eigenschaften: **modern, gesund, erwachsen, gebildet, individuell**. Diese Stereotypisierung hat laut Grada Kilomba eine politische Funktion, nämlich *weiße* Identitäten aufrecht zu erhalten. Während jene, die schauen, als Norm oder Zentrum konstruiert werden, erscheinen jene, auf die geschaut wird, als abweichend von der Norm, als anderes und an der Peripherie. Das *Schwarze* Subjekt IST somit nicht das, wodurch es durch den Bild-Diskurs erscheint, sondern es WIRD es (vgl. Kiesel und Philipp 2011).

Unterstützt wird die indirekte Darstellung von Weißsein durch Texte, die das positive Selbstbild stützen. Beispiele wie „Schicken Sie Zukunft“ oder „Sorgen Sie für gute Nachrichten“ helfen den *weißen* Adressaten, sich so zu sehen, wie sie sich selbst sehen: als **aktiv, moralisch integer sowie mit Entscheidungskompetenzen ausgestattet**. Die *Schwarzen* Dargestellten bleiben passiv mit ihrem Problem allein, bis Hilfe durch den *weißen* Spender herbeieilt – die *Schwarze* ist somit **abhängig** von der Initiative der *weißen* Betrachterin. Kilomba wirft an dieser Stelle die Frage auf, wer wem hilft: das *Schwarze* Subjekt wird gezwungen, dem *weißen* Subjekt seine alte koloniale Schuld abzunehmen und als Projektionsfläche für das eigene ideale Selbstbild zu dienen (vgl. ebd.).

Klaus-Peter Köppler ergänzt, dass die Situation der gezeigten Menschen als eine „natürliche“ oder

gegeben dargestellt wird (**Naturalisierung**). Zudem werden historische und strukturelle Bedingungen, auch durch *weiße* Interventionen, ausgeblendet (**Ahistorizität**). Die Botschaften, die durch die Plakate vermittelt werden sind unpolitisch und bedienen stets Emotionen – mit Erfolg, wie sich an Spendeneinkünften ablesen lässt (**Apolitizität**). Aram Ziai sieht daher einen großen Widerspruch in den Darstellungen der Entwicklungsorganisationen: globale Differenzen sollen durch die Arbeit der Organisationen abgebaut werden – werden aber doch stetig aus institutionellem und *weißem* Eigeninteresse aufrechterhalten (vgl. ebd.).

3.2 Darstellung von Schwarzen Kindern

Im Hinblick auf die Darstellung von Kindern, die in meiner Analyse eine wichtige Rolle spielen wird, haben bisherige Arbeiten ebenfalls bereits einiges zutage gefördert. Seit der Kolonialzeit wurden *Schwarze* häufig als Kinder dargestellt, um sie dadurch auf die geistige Ebene von Kindern zu stellen. Prominentes Beispiel ist das Kinderbuch „Zehn kleine N*“, in dem *Schwarze* Kinder durch inhärente Tollpatschigkeit immer wieder – selbstverschuldet – ein tödliches Schicksal erleiden (vgl. Pieterse 1992: 166f.).

Heute werden *Schwarze* Kinder überwiegend auf Spendenplakaten dargestellt. Und dies jeweils nach dem gleichen Muster: *weiße* Erwachsene sollen offenbar in die Not geborenen *Schwarzen* Kindern zur Hilfe eilen. Kiesel und Bendix sehen darin eine koloniale Strategie, die eine Vorstellung von „rückschrittlichen“ Ländern prägt. War es früher die „Bürde des weißen Mannes“ die Vormundschaft für die Länder des Südens zu übernehmen, so gelten diese heute als die „jüngeren Nationen“, die auf die Beratung und Hilfe der „älteren Nationen“ angewiesen sind (vgl. Kiesel und Bendix 2009: 489; auch Pieterse 1992: 171).

4. Untersuchungsobjekte

4.1 Die österreichische Kindernothilfe

Die österreichische Kindernothilfe wurde 1996 gegründet und hat ihren Sitz in Wien. Als evangelische Einrichtung in einem überwiegend katholischen Land hat die Organisation seither über 10 Millionen Euro für ihre Arbeit gesammelt. 42.000 ÖsterreicherInnen unterstützen die Projekte der Kindernothilfe, 3000 davon mit einer Patenschaft für ein Kind. Die Projekte laufen in enger Zusammenarbeit mit der deutschen Kindernothilfe und setzen seit Beginn an auf die Arbeit mit lokalen Partnerorganisationen. Besonders in den letzten Jahren wurde auch die humanitäre Hilfe zu einem wichtigen Tätigkeitsfeld der Kindernothilfe (vgl. Kindernothilfe 2012a).

Ernährung, medizinische Versorgung, Aufnahme in eine Gemeinschaft und Bildung stehen im Fokus der Projektarbeit, in die die gezielte Förderung von Kindern integriert ist. Durch die finanzielle Unterstützung des Kindes sollen die Familien selbst bessere Lebenschancen erhalten und – als Ziel – sich irgendwann selbst um die Anliegen der Familie kümmern zu können. Besondere Schwerpunkte legt die Kindernothilfe auf Kinder in Risikogruppen wie Aids-Waisen, Straßenkindern, KinderarbeiterInnen, Kinder mit Behinderungen oder aus benachteiligten Bevölkerungsgruppen (vgl. ebd.).

Eine Kinderpatenschaft kostet 31 Euro pro Monat, also umgerechnet einen Euro pro Tag. Die PatInnen haben die Wahl zwischen drei Formen der Unterstützung: Bei einer „Patenschaft mit jährlichem Fortschrittsbericht“ erhält der/die SpenderIn ein aktuelles Foto und einen Report über die „Entwicklung“ des Kindes. Bei einer „Patenschaft mit Briefkontakt“ kann der/die PatIn zusätzlich Kontakt mit dem Kind aufnehmen und so „weitere, oft ganz persönliche Eindrücke“ erhalten. Durch eine „Patenschaft zur Finanzierung eines Platzes für ein Kind“ können PatInnen zudem hauptsächlich besonders schutzbedürftige Kinder in Hilfszentren unterstützen. Beim Abschluss einer Patenschaft kann ausgewählt werden, ob ein Kind aus „Afrika“, „Asien“, „Lateinamerika“ oder „dort, wo es am nötigsten ist“ gefördert werden soll. Gewählt werden kann auch das Geschlecht eines Kindes (vgl. ebd.).

4.2 Auswahl der Plakate

Auf der Webseite der Kindernothilfe stehen alle bisher veröffentlichten Plakate als Download bereit. Da mir im Rahmen dieser Arbeit nicht die Analyse aller dieser Motive möglich ist und sie trotzdem eine gewisse Repräsentativität erreichen soll, möchte ich kurz die Auswahl der Plakate erklären. Drei verschiedene Motive lagen ihr zugrunde: um alle Kampagnen der Kindernothilfe abzudecken, eine größtmögliche Vielfalt in der Analyse zu erreichen und schließlich aufgrund einer subjektiven Einschätzung.

Die Kindernothilfe veröffentlichte ihre Plakate bisher in drei verschiedenen Kampagne-Phasen. Von 2006 bis 2007 wurden „alltägliche Menschen“ auf den Plakaten gezeigt, die erklärten, warum sie eine Patenschaft übernommen haben. Ab 2008 warb man mit verschiedenen Prominenten, die offenbar ebenfalls „Paten“ geworden sind und ihre Motive dafür präsentierten. 2010 vollzog die Öffentlichkeitsarbeit schließlich einen Richtungswechsel und stellte von Fotografien bzw. Fotoarbeiten auf bunte Zeichnungen um. Aus jeder Kampagnenzeit werde ich mir ein Plakat vornehmen, auch um zu sehen welche Kontinuitäten und Umbrüche in der Darstellung auftreten.

Ein zweites Motiv für die Auswahl der Plakate bildete der Anspruch, innerhalb der Kampagnen eine möglichst große Streuung der Auswahlobjekte zu erreichen. Dabei spielte v.a. das Geschlecht der dargestellten „PatInnen“ eine Rolle.

Das dritte Auswahlkriterium bildete eine persönliche Einschätzung: während meiner Zeit in Österreich fielen und fallen mir die Plakate der Kindernothilfe immer wieder auf. Daher wählte ich die Plakate auch danach aus, wie häufig sie mir selbst in meinem Alltag (im Raum Innsbruck und Umgebung) begegneten. Es ist gut möglich, dass in anderen Teilen Österreichs (z.B. in Wien oder der Steiermark) andere Plakate gezeigt wurden und somit andere Darstellungen auf PassantInnen wirkten.

5. Methode der Bild-Analyse

Da ein Bild, egal ob Foto oder Zeichnung, immer unzählige Facetten enthält und stets unterschiedliche Wahrnehmungen zulässt, ist es eine schwierige Aufgabe, ein Bild umfassend zu analysieren. Eine Analyse kann sich allein auf Bezüge zu historischen Darstellungen konzentrieren (vgl. etwa Kiesel 2006a) oder auch die Farbsymboliken, die sich erkennen lassen (vgl. etwa Steier 2011). Da ich in dieser Arbeit „lediglich“ Rassismus und Weißsein in den Fokus nehmen möchte, wähle ich eine ähnliche Methode wie Phillip (2006), indem ich die drei Bilder nach ihrer Denotation, Konnotation und Einordnung in die Diskussion um Rassismus und Weißsein untersuche. Die einzelnen Analyseschritte werden im Folgenden erklärt:

- Denotation – Was wird dargestellt? Hier werde ich die Beschreibung der Darstellung vornehmen, d.h. welche Personen, Farben, aber auch welche wörtlichen Formulierungen in den Plakaten vorkommen.
- Konnotation – Wie wird etwas dargestellt? In jeder Darstellung ist eine Symbolik enthalten, die nicht ohne weiteres objektiv beschrieben werden kann. Je nach Gesellschaft, Kultur, politische Orientierung etc. wird man derselben Darstellung eine anderer Bedeutung beimessen. Da es keine „neutralen“ Informationen gibt, werden mit jedem Text, mit jedem Bild Konnotationen wie Weltanschauungen, Kategorien und Einstellungen transportiert (vgl. Foucault 1991: 40, zitiert nach Philipp 2006: 21).
- Einordnung in die Diskussion – Warum wird etwas (so) dargestellt? Um die Hintergründe der Symbolik zu erkennen, werde ich im dritten Schritt mit den Erkenntnissen aus der Rassismus- und Kritischen Weißseins-Forschung sowie der „White Charity“-Literatur die beiden Fragestellungen beantworten.

6.1 Kampagne 2006 – „Eine Patenschaft macht mir einfach Freude“

blueango

BRIGITTA SCHMIDT, 65, OMA, IST:

Die Patin

KINDER NOT HILFE

„DIE PATENSCHAFT MACHT MIR EINFACH FREUDE.“

„Wir haben 2 Kinder und 6 Enkelkinder und ich bin froh, dass es allen gut geht. So gesehen ist es für mich logisch, einem Kind zu helfen, das weniger Glück hatte.“

KINDERN ZUKUNFT SCHENKEN KOSTET NICHT DIE WELT. ES KOSTET 1 EURO PRO TAG.

WWW.KINDERNOTHILFE.AT
TEL. 01/513 93 30

ÖSTERREICHISCHES SPENDEN GUTESIEGEL 05127 0308

Foto: Heidi Steiny

Abbildung 1: "Die Patenschaft macht mir einfach Freude" (Kindernothilfe 2012b)

Denotation:

Auf einem braunen Hintergrund wird eine ältere Frau gezeigt, die etwa die rechte Hälfte des Bildes einnimmt. Sie trägt eine Brille, Lippenstift sowie einen dunkelfarbenen Pullover. Mit ihren Händen

umklammert sie fest einen Stoff-Teddybär mit blau-weiß-kariertem Halstuch, der sich stark von ihrem Gewand abhebt.

Auf der linken Hälfte des Bildes stehen mehrere Textelemente. Ganz oben, in kleiner Druckschrift, wird erklärt, um wen es sich bei der Dame handelt: „BRIGITTA SCHMIDT, 65, OMA, IST:“ Direkt darunter prangt etwa auf Halshöhe der Frau in sehr großen Lettern: „Die Patin“. Dabei steht das „Die“ auf dem Logo der Kindernothilfe. Darunter folgt in gleicher Schriftgröße und -art wie die Personenbeschreibung: „DIE PATENSCHAFT MACHT MIR EINFACH FREUDE“. In kleiner Schrift steht tiefer der zentrierte Satz „Wir haben 2 Kinder und 6 Enkelkinder und ich bin froh, dass es allen gut geht. So gesehen ist es für mich logisch, einem Kind zu helfen, das weniger Glück hatte.“ Als nächstes liegt darunter klein und in fetter Druckschrift „**KINDERN ZUKUNFT SCHENKEN KOSTET NICHT DIE WELT: ES KOSTET 1 EURO PRO TAG**“. Am Ende stehen, etwa in Fußhöhe des Teddybären die Internetseite sowie eine Telefonnummer der Kindernothilfe und das österreichische Spendensiegel.

Konnotation:

Im Zusammenhang mit der Aussage der Frau lässt sich vermuten, dass der Teddybär symbolisch für das Kind steht, für das „Brigitta Schmidt“ offenbar eine Patenschaft übernommen hat. Sie hält ihn fest mit ihren Händen umklammert – würde er lebendig sein, könnte er sich in dem Griff wohl kaum bewegen.

Die Textseite rückt durch die große Schreibweise klar die „Patin“ sowie die Kindernothilfe in den Vordergrund. Die beiden Zitate der Frau geben ihre Motivation für die Patenschaft wieder und sind auf sie selbst bezogen. Die Frau hat sie übernommen, weil die Patenschaft ihr „einfach Freude [macht]“. Da es ihren Kindern und Enkelkindern gut geht, möchte sie einem Kind helfen, das „weniger Glück hatte“. Im Werbesatz der Kindernothilfe wird auf die Erschwinglichkeit verwiesen, „Kindern Zukunft [zu] Schenken“.

Einordnung in die Diskussion:

Durch die starke Stellung der *weißen* Patin auf dem Plakat wird offenbar, wie das *weiße* Subjekt das *Schwarze* Subjekt benutzt, um sich selbst einen psychischen Vorteil zu verschaffen: Die erste Motivation ist nicht, einem Kind in einer Notlage zu helfen, sondern weil die „Übernahme“ einer

Patenschaft der Frau „Freude bereitet“. Das bestätigt die Feststellung von Tißberger und McClintock, dass das *Schwarze* Subjekt eingenommen wird zum Zwecke des ***weißen psychischen Wohlbefindens*** (vgl. Tißberger 2006: 94; auch McClintock 1995: 72). Dass dieses ähnlich wie durch Konsumgüter oder Dienstleistungen „erkauft“ werden kann, zeigt der Satz „Kindern Zukunft Schenken kostet nicht die Welt. Es kostet 1 Euro pro Tag“. Die Vereinnahmung des *Schwarzen* Subjektes wird auch im Bild offenbar, übersetzt man den Teddybären mit dem *Schwarzen* Patenkind.

Im zweiten Zitat wird außerdem offenkundig, dass sich die Frau einer **Schuld** bewusst ist, diese aber auf das Patenkind selbst und seine Umgebung **projiziert**: „Wir haben 2 Kinder und 6 Enkelkinder und ich bin froh, dass es allen gut geht. So gesehen ist es für mich logisch, einem Kind zu helfen, das weniger Glück hatte.“ Das Wohlbefinden der eigenen Kinder und Enkelkinder führt zur „Hilfe“ eines Kindes, dem es eben weniger „gut geht“ – dass die bessere Situation der einen Kinder mit der schlechteren der anderen zusammenhängt, scheint der Frau auf einer gewissen Ebene bewusst zu sein. Die Ursache dafür wird aber gleich als zufällig ausgemacht, das Kind hatte schlicht „weniger Glück“ gehabt und wurde in die Not geboren. **Historische oder politische Bedingungen** werden dabei keine ausgemacht, wodurch der **Blick auf sich selbst unbedenklich** bleiben kann.

Die Textaussagen der Kindernothilfe machen derweil die *weißen* BetrachterInnen des Plakats darauf aufmerksam, dass sie etwas an dieser Lage verändern können – weil sie **politisch und ökonomisch handlungsfähig** sind. Der festgehaltene Teddybär symbolisiert dem gegenüber die **Passivität und Handlungsunfähigkeit** des Kindes wie auch seiner *Schwarzen* Umgebung. Während die Frau gezeigt wird, genau identifiziert wird und zweimal zur Sprache kommt, fehlt jegliche Spur vom Kind. Mangels einer Darstellung, einer sozialen Position und Aussagen bleibt es zur Gänze **sprachlos**.

6.2 Kampagne 2007 – „1 Euro bewegt mehr als nur ein Einkaufswagen!“



Abbildung 2: "1 Euro bewegt mehr als nur ein Einkaufswagen!" (Kindernothilfe 2012c)

Denotation:

Die zweite Plakatkampagne, auf der Prominente als PatInnen auftreten ist ähnlich aufgebaut wie die erste: ein brauner Hintergrund und die Bildaufteilung zwischen Text und Foto. Der Kabarettist Josef Hader wird gezeigt, wie er einen Einkaufswagen schiebt, in dem ein *Schwarzer* Junge sitzt. Hader trägt einen schwarzen Mantel, ist leicht gebückt und lächelt mit Blick in die untere linke Bildecke. Der *Schwarze* Junge sitzt zusammengekauert im silberfarbenen Einkaufswagen und hält sich an den Seiten fest. Er ist in Turnschuhen, Jeans und einem blau-weißen Pullover gekleidet und lächelt, mit Blick in die Kamera.

Die linke Bildhälfte hat dasselbe Layout wie in der vorherigen Kampagne. Oben steht zuerst die Information über den Prominenten: „JOSEF HADER, 45, KABARETTIST, IST:“: Unter den riesengroßen Textzug „Der Pate“ schiebt sich erneut das Kindernothilfe-Logo. Darunter steht

wieder eine Aussage, vermutlich vom Paten: „1 Euro bewegt mehr als nur ein Einkaufswagen!“. Auf Höhe des Einkaufswagens stehen die Kontaktdaten der Organisation und am unteren Bildrand zieht sich der bereits bekannte Werbespruch: „**KINDERN ZUKUNFT SCHENKEN KOSTET NICHT DIE WELT. ES KOSTET 1 EURO PRO TAG.**“ entlang.

Konnotation:

Das Bild wirkt wie eine heitere Szene: Hader schiebt den Wagen mit dem Jungen flott voran, was diesem und auch Hader Spaß zu bereiten scheint. Die Aussage Haders erklärt die Szene als Metapher: „1 Euro bewegt mehr als nur ein Einkaufswagen!“. Der Satz beinhaltet damit zu allererst eine Konsumkritik. Ein Euro, stellvertretend für Geld, könne mehr bewirken als es „nur“ für Supermarkt-Einkäufe, und damit materielle Konsumgüter auszugeben. Mit dem „mehr“ wird suggeriert, dass Geld in bessere Bereiche, in diesem Fall, die Arbeit der Kindernothilfe gesteckt werden könnte. Eine zweite mögliche Lesart ist die wörtliche Übereinstimmung zwischen Aussage und Foto: der Euro, der offenbar in den Einkaufswagen gesteckt wurde, lässt nicht nur den Einkaufswagen benutzen, sondern auch den *Schwarzen* Jungen transportieren.

Einordnung in die Diskussion:

Ungleich zur ersten Kampagne, in der nur der oder die *weiße* SpenderIn gezeigt wird, treten bei der zweiten auch *Schwarze Kinder* auf. Obwohl die Szene eine übereinstimmende Fröhlichkeit bei Hader und dem *Schwarzen* Jungen vermittelt, liefert das Bild Belege für *weiße* Überlegenheit. So kommt das *Schwarze* Kind nur durch das Schieben von Hader voran: als *Schwarzes* Objekt ist der Junge **abhängig** von seiner *weißen* Initiative. Das wird auch durch die Aussage Haders und dem Werbespruch der Kindernothilfe offen: nur die finanzielle Wohltätigkeit durch das *weiße* Subjekt kann die Lebenschancen des *Schwarzen* Objektes erhöhen.

Die Darstellung des Jungen bringt erstmals Rassismus und eine postkoloniale Kontinuität auf die Plakate: Der Junge sitzt in dem gegitterten Einkaufswagen fest, durch das schnelle Schieben von Hader muss er sich festhalten, ein Aussteigen und eigenständiges Fortbewegen scheint nicht möglich. Der *Schwarze* Junge und damit repräsentierend die Länder des Südens sind damit **handlungsunfähig** und **bedürfen weißer finanzieller „Hilfe“**. Über diese scheint sich der Junge und damit die Länder des Südens zwar zu freuen – mit dem Preis aber, dass Hader, und damit der

weiße Geldgeber die Richtung und Geschwindigkeit des „Fortkommens“ vorgibt. Alte koloniale Rollen wie der unfähige, leistungsbedürftige *Schwarze* und der aktive, leitungsberufene *Weiße* werden damit wieder heraufbeschworen.

Welche Wirkung die *weiße* Initiative von Hader hat, lässt sich an den Gesichtern der beiden Personen ablesen: das *Schwarze* Kind ist glücklich, genauso wie Hader. Hier kehrt die Herstellung von **weißem Wohlbefinden** durch die Kontrolle über das *Schwarze* Objekt wieder. Dieses muss sich körperlich und damit in seiner Freiheit einschränken, um den *weißen* Ansprüchen genügen zu können. Zwar ist das *Schwarze* Kind, für das die Patenschaft übernommen wurde, diesmal abgebildet. Einen Namen, Alter, Berufsstand oder eine **Sprachfähigkeit** werden ihm aber **nicht gegeben**. Auch bleiben die **politischen und historischen Bedingungen** für die offenbar hilfsbedürftige Situation des Jungen in seinem Heimatland **unerwähnt**.

6.3 Kampagne 2010 – „Sei nett zur Menschheit“



Abbildung 3: "Sei nett zur Menschheit" (Kindernothilfe 2012d)

Denotation:

Gezeigt wird eine grün-blaue Kugel, die sich von der linken Bildseite in die Mitte der Anzeige schiebt, jedoch noch nicht zur Gänze zu sehen ist. Auf der rechten Hälfte der Kugel sind zwei Figuren erkennbar. Die eine steht auf dem oberen Bereich der Kugel und ist komplett in Rot gehalten. Während der linke Arm eng am Körper liegt und sich farblich nicht abhebt, ist der rechte

übermäßig lang und steht in einem Bogen weg vom Körper, in der Hand einen bläulichen Schirm. Die Figur blickt die Betrachtenden an und hat den Mund zu einem weißen Grinsen geöffnet. Die jeweils vier Finger an den Händen stehen wie die drei Zehen an den Füßen gespreizt voneinander. Letztere befinden sich bis zu den Knöcheln fest in der grünen Oberfläche der Kugel. Im rechten unteren Bereich befindet sich die zweite Figur. Sie ist komplett in blau gehalten, im selben Farbton wie der Schirm, den die rote Figur hält. Seine Füße befinden sich ebenfalls bis zu den Knöcheln in der Kugel, während Arme komplett fehlen. Im Vergleich zur roten Figur ist diese kleiner. Den Kopf bilden eine runde Kugel mit Halbkugeln als Ohren, einem weißen Bogen als Lächeln sowie Augen, die leicht in die rechte untere Bildecke blicken. Auf die Kugel und die beiden Figuren prasseln große Wassertropfen in blassblauer Farbe. Diese werden lediglich von der blau-grünen Kugel und dem Schirm der roten Figur abgehalten. Der Freiraum, der unter dem Schirm entsteht, scheint mit etwas Abstand das Wasser von der blauen Figur abzuhalten.

Das helle Grün wechselt bis zum Kern der Kugel in ein leuchtendes Blau. In diesem Bereich steht in großen weißen Lettern der dominierende Schriftzug des Bildes: „SEI NETT ZUR MENSCHHEIT.“ Darunter, in etwa halb so hoher und schwarzer Schrift folgt: „WERDE PATE.“ In der linken oberen Bildecke prangt das Logo der Kindernothilfe, während in der linken unteren Bildhälfte eine Zeile mit den Kontaktdaten der Organisationen ansetzt.

Konnotation:

Die grün-blaue Kugel symbolisiert offensichtlich die Erde und die Figuren Menschen, die auf ihr leben. Dabei lässt sich die rote, größere Figur als der oder die PatIn im Norden der Erdhalbkugel interpretieren, während die blaue, kleinere Figur das Patenkind im Süden der Halbkugel darstellen soll. Der Schirm, der den Regen von dem Kind abhält, kann als Patenschaft gedeutet werden, die das Kind vor einem unliebsamen Zustand schützt.

Der Spruch in der Mitte der Kugel wirkt wie eine moralische Aufforderung, der die rote Figur gefolgt ist: „SEI NETT ZUR MENSCHHEIT. WERDE PATE.“ Der Pate scheint somit einer „humanistischen“ Motivation zu folgen, dem Patenkind zu helfen, das (ohne Arme) keine eigene Möglichkeit dazu hat.

Einordnung in die Diskussion:

Was zu Beginn auffällt, sind die unterschiedlichen Eigenschaften der beiden Figuren. Bei einer genaueren Analyse entdeckt man deren Darstellung als rassistisch, im Sinne der hierarchischen Konstruktion von Unterschieden und deren Verbindung mit Macht. Das Merkmal, das als erstes ins Auge fällt ist die **unterschiedliche Farbgebung**: die eine Figur ist rot, die andere blau. Damit vermied man zwar die klassische und als rassistisch geltende *Schwarz/weiß*-Markierung, jedoch erinnert die Einfärbung in einen helleren, roten Ton und einen dunkleren, blauen Ton an diese. Unabhängig davon: erinnert man sich an die Rassismusdefinition, handelt es sich erst einmal um die Konstruktion von einem Unterschied. „Problematisch“ wird dieser erst durch seine Hierarchisierung und machtvollen Durchsetzung – und diese Vorgänge lassen sich anhand der weiteren Eigenschaften der Figuren erkennen.

So verfügt die als *weiß* gedeutete Figur über Arme und damit über **Aktivität** und **Handlungsfähigkeit** während die die als *Schwarz* gedeutete nur aus Kopf, Rumpf und Füßen besteht und damit **passiv** und **handlungsunfähig** ist. Da das *weiße* Subjekt den Regenschirm über das *Schwarze* Subjekt hält, selbst aber keinen Schutz braucht, entsteht ein Ungleichgewicht aus **physischer Stärke** und **Schwäche**. Interpretiert man den Regen als eine Herausforderung, im Erwachsenwerden, der „Entwicklung“ einer Region o.ä, gerät das *Schwarze* Subjekt auch hier in eine **Abhängigkeit vom weißen Subjekt**. Auf der symbolischen Erde befindet sich nichts Anderes, das das *Schwarze* Kind schützen könnte, auch nicht in „seiner Welt“. Selbst die Eltern, die laut Projektkonzept der Kindernothilfe durch die Arbeit mit-unterstützt werden, sind abwesend. Woher die Not kommt, warum das Kind handlungsunfähig ist, wird nicht erläutert. Die Darstellung durch den Regen impliziert viel mehr eine Ursache „von oben herab“, die wie das Wetter oft dem **Zufall** zugeschrieben und generell **nicht auf menschliches Handeln zurückgeführt** wird.

Die hierarchischen Unterschiede wirken schließlich auf die geografische Umgebung der Figuren. Zwar lässt sich bei der oberen Position des *weißen* Subjekts und der unteren Position des *Schwarzen* Subjekts mit der geografischen Lage auf der Erdkugel argumentieren (die mit den Himmelsrichtungen immerhin historisch von Europa geprägt ist). Die hierarchischen Unterscheide bewirken aber den Eindruck von **Über- und Unterlegenheit zwischen dem weißen Norden und dem Schwarzen Süden der Welt**. Und damit wird eine alte wie aktuelle rassistische Denktradition offenbar, die indirekt den Betrachtenden mit-gezeigt wird. Das Plakat ist dadurch Teil eines fatalen Diskurses, der die Länder des Südens stets als unterlegen definiert – und damit machtwirksam

Vorstellungen und Handlungsweisen von *weißen* wie *Schwarzen* Menschen prägt; nicht zuletzt der *weißen* Patinnen und Paten, die sich einem „Kind, das weniger Glück hatte“ annehmen wollen und an die Kindernothilfe spenden.

Mit Blick auf die *weiße* Psyche fällt zum dritten Mal der **Nutzen für das weiße Subjekt** auf, den die Verfügung über das *Schwarze* Subjekt bietet. Das *Schwarze* Kind lächelt – und es ist anzunehmen, dass der/die *weiße* Erwachsene aus diesem Grund auch freudig grinst. Die **koloniale Schuld**, der sich der/die *weiße* GeberIn auf einer **unbekannten Ebene** bewusst ist, wird durch die Spende getilgt und gibt ihm ein erlösendes Gefühl. Nichts Anderes liegt dem Spruch in der Mitte der Erde zugrunde: „SEI NETT ZUR MENSCHHEIT. WERDE PATE.“ Ein interessantes Detail lässt sogar ein Niederschlagen dieser unterbewussten Schuld in der Zeichnung erkennen: der Schirm hat dieselbe Farbe wie das als blau markierte *Schwarze* Kind. Der Schirm, und damit die Hilfe für das *Schwarze* Kind, scheint damit nicht Teil des *weißen* Erwachsenen zu sein, sondern ursprünglich zum dem *Schwarzen* Kind zu gehören. Dass die Hilfe mehr dem *weißen* als dem *Schwarze* Objekt nützt, wird deutlich, wenn man sich bewusst macht, dass diese dem Kind eigentlich eine „Entwicklung“ ermöglichen sollte. Die Figur bleibt aber so, wie sie auch schon vor dem Regenfall war: „anders“, handlungsunfähig und unten. Damit ist die Situation des Kindes vor wie nach der Patenschaft **naturalisiert**.

6.4 Vergleich der Plakate

Den drei Plakatkampagnen liegen jeweils unterschiedlich Ansprüche zugrunde. Während die erste die Motivation der Spenderin in den Vordergrund stellt, soll der prominente Pate in der zweiten die Betrachtenden zur Patenschaft bewegen. In der dritten Kampagne wird schließlich mit einem universellen, humanistischen Motiv an die Betrachtenden appelliert, PatIn zu werden. Je nach Anspruch unterscheiden und gleichen sich auch die rassistischen und *weißen* Elemente, die sich auf jedem Plakat zahlreich finden lassen. Motive, die sich durch alle Plakate ziehen, sind **Aktivität/Passivität, Handlungsfähigkeit/Handlungsunfähigkeit; Abhängigkeit des Schwarzen vom weißen Subjekt, Apolitizität und Ahistorizität; die Sprach- und Identitätslosigkeit der Schwarzen Kinder; sowie der Nutzen des Schwarzen Patenkindes für das weiße psychische Wohlbefinden**. Dies scheint auch der zentrale Hintergrund für die Entscheidung in den ersten beiden Plakatserien gewesen zu sein: PatInnen erklären, warum es ihnen gut getan hat, solche/r

geworden zu sein. Im ersten und dritten Plakat deutet sich an, dass sich dahinter eine **koloniale Schuld** verbirgt, von der der/die PatIn sich erlösen konnte, indem er/sie an die Kindernothilfe gespendet hat. Nach außen hin bleibt dies aber ein rein wohltätiger Zweck, der mittels **finanziellen Anreizen** ähnlich wie in „klassischen“ Werbeplakaten vermittelt wird. Über den Verlauf hin hat sich zwar die Darstellung von den *weißen* PatInnen hin zu dem Zusammenhang zwischen PatInnen und Patenkindern verschoben. Damit wurde auch der materielle Nutzen, den die Spende für die Empfängerseite hat bzw. haben soll, hervorgehoben. Unter rassistischer- und weißseinskritischer Gesichtspunkten hat sich die Darstellung aber nicht verbessert. Die gezeichnete Plakatserie, die auch aktuell gezeigt wird, scheint sogar noch problematischer zu sein, weil sie ihre Inhalte auf einer unterschwelligeren und daher schwer wahrzunehmenden Weise kommuniziert.

7. Fazit und Ausblick

Die beiden Fragestellungen, die im Laufe dieser Arbeit erörtert wurden, können klar mit Ja beantwortet werden: sowohl Rassismus als auch Weißsein werden in allen drei Plakatkampagnen offenbar. Während die ersten beiden Kampagnen das *weiße* Selbstbild konstruieren und bestärken, werden in der zweiten und dritten Kampagne *Schwarze Kinder* fotografisch und symbolisch in einer hierarchisch unterschiedlichen Weise dargestellt, die sich machtwirksam ins Bewusstsein der Betrachtenden einschreibt und somit rassistisch ist. Diese Wirkung ist nicht zu unterschätzen, da die Kindernothilfe geradezu ein Monopol hat auf die Darstellung von *Schwarzen* (Kindern) im öffentlichen Raum Österreichs.

Vergleicht man die Ergebnisse der Analyse mit dem „White Charity“-Film und der angrenzenden Literatur, so ist der bedeutendste Unterschied die stetige Anwesenheit von *weißen* Menschen auf den Plakaten. Weißsein wird hier nicht indirekt durch die Repräsentation von Schwarzsein dargestellt, sondern unverdeckt in den öffentlichen Raum vermittelt. Eines der stärksten Motive in der Analyse bildet eine Antwort auf Grada Kilombas zentrale Frage „Who is helping whom?“. Die Plakate zeigen, wie die Spende als ein Akt funktioniert, sich durch die „Hilfe“ des *Schwarzen* Subjekts von der eigenen kolonialen Schuld zu befreien und das *Schwarze* Subjekt als Projektionsfläche zu nutzen. Dies führt einerseits zu psychischem Wohlbefinden und andererseits zur Eigendarstellung als ideal und überlegen. Damit verknüpft ist auch eine emotionale und keine politische Bildsprache: die Betrachtenden sollen in ihren Gefühlen berührt werden und nicht durch die Diskussion globaler Ungleichheitsverhältnisse, und damit der eigenen *weißen* Rolle, erinnert werden.

Auch oder gerade weil dieses Ergebnis eindeutig ist, stellt sich die Frage nach Lösungsvorschlägen. Dabei steht man gleich vor zwei Herausforderungen: eine rassismus- und weißseins-kritisch „korrekte“ Darstellung von *Schwarzen* Menschen im öffentlichen Raum zu erreichen und diese so zu gestalten, dass die AdressatInnen sich nachhaltig mit den Informationen auseinanderzusetzen. Dass dafür psychologische als auch institutionelle Hürden bestehen, wird u.a. in „White Charity“ sichtbar. So reagiert Sascha Decker, Pressesprecher der deutschen Kindernothilfe, auf die Kritik an den Plakaten seiner Organisation, dass politische Ursachen wie Kolonialismus oder Globalisierung zu komplexe Zusammenhänge wären, als dass man sie auf Plakaten abbilden könnte. Zudem würde man sich damit der Möglichkeiten berauben, Menschen für die eigene Arbeit zu gewinnen, denen man kein schlechtes Gewissen bereiten wolle (vgl. Decker in Kiesel und Philipp 2011). Man mag

Decker hier Opportunismus vorwerfen, dem Spendenakquise vor die Kommunikation unangenehmer Tatsachen geht. Seine Reaktion weist aber auf eine psychologische Strategie von Menschen hin, an der kritische Kommunikation seit jeher scheitert. Bei einer „kognitiven Dissonanz“, dem Aufeinandertreffen zweier nicht miteinander vereinbarer Informationen (z.B. das eigene Selbstbild und eine kritische Gegendarstellung davon) vermeiden viele Menschen den Konflikt, ohne sich erst damit auseinanderzusetzen (vgl. Wachendorfer 2001: 96). Mit den Bedingungen von gewünschter Informationsverarbeitung muss sich eine rassismus- und weißseinskritische Plakatgestaltung von Anfang an auseinandersetzen, um auch wirklich erfolgreich zu sein. Als „Ausrede“, um an der herkömmlichen Plakatkommunikation festhalten zu können oder den Versuch einer „besseren“ Gestaltung gar nicht erst zu wagen, kann kognitive Dissonanz allerdings nicht dienen.

Erste Lösungsansätze gibt es bereits: den Anfang könnte der Einbezug von Betroffenen in die Gestaltung der Plakate bilden (vgl. Steier 2011: 32), die bisher wohl nur von *Weiß* vorgenommen wurde. Kiesel und Bendix (vgl. 2009: 491) schlagen zudem eine Darstellung von *Schwarzen* Menschen vor, die ihrem konstruierten Objektstatus entgegenwirkt und *weiße* Überlegenheitsvorstellungen dekonstruiert. Durch die gezielte Repräsentation könnten Menschen in Ländern des Südens in ihren Kämpfen gegen globale Herrschaftsverhältnisse gezeigt werden. Die Motivation für *weiße* SpenderInnen würde dann nicht ein psychischer Eigennutzen sein, sondern das Bewusstsein über die eigene Verantwortung an weltweiten Zuständen und die Möglichkeit, durch das eigene Tun etwas dagegen zu setzen. Eine solche Plakatgestaltung würde die realen sozialen und politischen Verhältnisse und Kämpfe abbilden (vgl. Köppler in Kiesel und Philipp 2011), als auch zu einer Änderung der Politik, der Strukturen und des Vokabulars im Norden beitragen (vgl. Kilomba in ebd.). Ohne Zweifel ist damit auch eine Projektarbeit verbunden, die Menschen tatsächlich zu ihrer Emanzipation verhelfen kann.

Was diese Arbeit zudem gezeigt hat, ist die Wirkung und die Funktion der Darstellungen von *Weiß* auf *Weiß* selbst. Und diese findet durch die fast ausschließliche Darstellung von *Weiß* im öffentlichen Raum nahezu immer statt. Genauso wie *Schwarze Kinder* in täglichen Bildern über Fernsehen, Bücher und das Internet lernen, dass die meisten ihre Helden ein *weißes* [und männliches] Gesicht haben (vgl. Pieterse 1992: 169), nehmen auch *weiße* Kinder diese Vorstellungen auf und münzen sie auf die eigene Position. Hier eröffnet sich ein noch viel größeres Feld der Bild-Analyse: Wie wirken die Darstellungen von *Weiß* auf die (Selbst)wahrnehmungen und Handlungen von *weißen* als auch *Schwarzen* Menschen?

8. Literaturverzeichnis

8.1 Monografien, Beiträge und Webseiten

- Arndt, Susan (2005): *Mythen des weißen Subjekts: Verleugnung und Hierarchisierung von Rassismus*. In: Maureen Maisha Eggers, Grada Kilomba, Peggy Piesche und Susan Arndt (Hrsg.): *Mythen, Masken und Subjekte. Kritische Weißseinsforschung in Deutschland*. Münster: Unrast-Verlag, S. 340–360.
- Arndt, Susan (2011): *Rassismus*. In: Susan Arndt und Nadja Ofuatey-Alazard (Hrsg.): *Wie Rassismus aus Wörtern spricht. (K)Erben des Kolonialismus im Wissensarchiv deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk*. Münster: Unrast-Verlag, S. 37–43.
- Bhabha, Homi K. (1994): *The location of culture*. London: Routledge.
- Castro Varela, María do Mar; Dhawan, Nikita (2003): *Postkoloniale Theorie. Eine kritische Einführung*. Bielefeld: transcript.
- Dyer, Richard (1997): *White. Essays on Race and Culture*. London: Routledge.
- Foucault, Michel (1991): *Die Ordnung des Diskurses*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuchverlag.
- Frankenberg, Ruth (1993): *White women, race matters. The social construction of whiteness*. Minneapolis: Univ. of Minnesota Press.
- Kendall, Francis E. (2001): *Understanding White Privilege*. Verfügbar unter: <http://northonline.sccd.ctc.edu/beginnings/Kendall.htm>. Zuletzt geprüft (von Philipp (2006) am 22.07.2006).
- Kiesel, Timo (2006a): *Representation of Black People in Charity advertisements in Germany*. Essay. Goldsmith College, University of London, London. Verfügbar unter: http://www.whitecharity.de/charity_ad.pdf. Zuletzt geprüft am 20.04.2012.
- Kiesel, Timo (2006b): *White Charity. Whiteness and myth in German charity advertisements*. MA-Dissertation. Goldsmith College, University of London, London. Verfügbar unter: http://www.whitecharity.de/white_charity.pdf. Zuletzt geprüft am 20.04.2012.
- Kiesel, Timo; Bendix, Daniel (2009): *White Charity: Eine postkoloniale, rassismuskritische Analyse der entwicklungspolitischen Plakatwerbung in Deutschland*. In: PERIPHERIE, 120, 30. Jg., S. 482–495. Verfügbar unter http://www.whitecharity.de/peripherie_plakatwerbung.pdf. Zuletzt geprüft am 20.04.2012.
- Kiesel, Timo; Philipp, Carolin (2011): *White Charity*. Dokumentarfilm. Verfügbar unter: http://www.whitecharity.de/index_files/Page917.htm. Zuletzt geprüft am 20.4.2012.

- Kilomba, Grada (2005): *No Mask*. In: Maureen Maisha Eggers, Grada Kilomba, Peggy Piesche und Susan Arndt (Hrsg.): *Mythen, Masken und Subjekte. Kritische Weißseinsforschung in Deutschland*. Münster: Unrast-Verlag, S. 80–88.
- Kilomba, Grada (2010): *Plantation memories. Episodes of everyday racism*. 2. Aufl. Münster: Unrast-Verlag.
- Kindernothilfe (2012a): *Hilfe, die Kinder stark macht*. Verfügbar unter: <http://www.kindernothilfe.at/>. Zuletzt geprüft am 20.04.2012.
- McClintock, Anne (1995): *Imperial Leather. Race, Gender and Sexuality in the Colonial Contest*. New York; London: o.A.
- Memmi, Albert (1982): *Portrait du colonisé précédé de Portrait du colonisateur*. Paris: Gallimard.
- Pajaczkowska, Claire; Young, Lola (1992): *Racism, Representation, Psychoanalysis*. In: James Donald und Ali Rattansi (Hrsg.): *'Race', Culture and Difference*. London: Sage, S. 198–219.
- Philipp, Carolin: *Weißsein in den Grundlegendokumenten von Miseror und Brot für die Welt*. Magisterarbeit. Universität Potsdam, Potsdam. Verfügbar unter <http://www.whitecharity.de/weisssein.pdf>. Zuletzt geprüft am 20.04.2012.
- Piesche, Peggy (1999): *Identität und Wahrnehmung in literarischen Texten Schwarzer deutscher Autorinnen der 90er Jahre*. In: Cathy S. Gelbin, Kader Konuk und Peggy Piesche (Hrsg.): *Aufbrüche. Kulturelle Produktionen von Migrantinnen, Schwarzen und jüdischen Frauen*. Königstein/Taunus: Helmer.
- Pieterse, Jan Nederveen (1992): *White on black. Images of Africa and blacks in western popular culture*. New Haven [u.a.]: Yale Univ. Press.
- Robinson, Victoria B. (2011): *Innocent Racism*. In: Susan Arndt und Nadja Ofuatey-Alazard (Hrsg.): *Wie Rassismus aus Wörtern spricht. (K)Erben des Kolonialismus im Wissensarchiv deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk*. Münster: Unrast-Verlag, S. 44–45.
- Seshadri-Crooks, Kalpana (2000): *Desiring Whiteness. A Lacanian Analysis of Race*. London: Routledge.
- Steier, Natascha (2011): *Plakatanalyse aus Perspektive der Kritischen Weißseinsforschung*. Bachelorarbeit. Universität Lüneburg, Lüneburg. Verfügbar unter <http://www.whitecharity.de/Steier.pdf>. Zuletzt geprüft am 20.04.2012.
- Tißberger, Martina (2006): *The Project(ions) of 'Civilization' and the Counter-Transferences of Whiteness: Freud, Psychoanalysis, 'Gender' and 'Race' (in Germany)*. In: Martina Tißberger, Gabriele Dietze, Daniela Hrzán und Jana Husmann-Kastein (Hrsg.): *Weiß - Weißsein - whiteness. Kritische Studien zu Gender und Rassismus*. Frankfurt am Main: Lang, S. 85–104.
- Wachendorfer, Ursula (2001): *Weiß-Sein in Deutschland. Zur Unsichtbarkeit einer herrschenden Normalität*. In: Susan Arndt (Hrsg.): *AfrikaBilder. Studien zu Rassismus in Deutschland*.

Münster: Unrast-Verlag, S. 87–101.

Wollrad, Eske (2005): *Weisssein im Widerspruch. Feministische Perspektiven auf Rassismus, Kultur und Religion*. Königstein/Taunus: Helmer.

8.2 Abbildungsverzeichnis

Kindernothilfe (2012b): „*Die Patenschaft macht mir einfach Freude*“. Verfügbar unter: http://www.kindernothilfe.at/multimedia/de/KNH_AT/Werbekampagne/Kampagne+2007/Anzeigen/knhanzeigen210x280brigittaschmidt.pdf. Zuletzt geprüft am 20.04.2012.

Kindernothilfe (2012c): „*1 Euro bewegt mehr als ein Einkaufswagen!*“. Verfügbar unter: http://www.kindernothilfe.at/skin/knhat/iw.html?http%3A%2F%2Fwww.kindernothilfe.at%2Fmultimedia%2Fde%2Fkmdb%2F%255B050%255D%2F50074_800x566_1280x907_0x0-width-800-height-566.jpg. Zuletzt geprüft am 20.04.2012

Kindernothilfe (2012d): „*Sei nett zur Menschheit*“. Verfügbar unter: http://www.kindernothilfe.at/multimedia/de/KNH_AT/Werbekampagne/Kampagne+2010/KNH+%C3%96_Sei+nett+zur+Menschheit_210x297-width-654-height-900.pdf. Zuletzt geprüft am 20.04.2012