

Armut zieht immer

FILM Je trauriger die Kulleraugen, desto mehr Geld: Kritik an Afrika-Klischees in Spendenkampagnen

"Verzeihung, ihr Sparschwein hat gerade eine Krankenschwester verschluckt." "Ich trage einen Brunnen am Ohr." Über solche Nonsenssätze der Africa-Aid-Kampagne wird immer wieder gelästert. Aber welches Bild von Afrika wird über die Plakate derartiger Spendenkampagnen vermittelt? Mit dieser Frage haben sich die Bildungsexperten Carolin Philipp und Timo Kiesel in ihrem 48-minütigen Film "White Charity" kritisch, aber nicht verbissen beschäftigt. MitarbeiterInnen von Hilfsorganisationen kommen darin ebenso zu Wort wie wissenschaftliche KritikerInnen der Spendenwerbung.

Für die Schriftstellerin und Literaturdozentin Grada Kilomba reproduzieren die meisten Plakate in hohem Maße Klischees über Afrika, so sagt sie in dem Film. So würden dort bevorzugt halbnackte Kinder vor ländlichen Hütten abgebildet, obwohl die Mehrheit der afrikanischen Bevölkerung längst in Städten lebe. Die Aid-Afrika-Werbung bediene sich des Bilds von "ausgemergelten Gestalten, die hilfesuchend nach Europa blicken", ergänzt der Bonner Politikwissenschaftler Aram Ziai.

Nach Ansicht der New Yorker Literaturwissenschaftlerin Peggy Piesche hat sich an diesem Afrikabild in den zwei Jahrhunderten wenig geändert.

Sascha Decker von der Kindernothilfe hat grundsätzlich Verständnis für die antirassistische Fragestellung der Filmemacher, für das Fundraising hält er ihn aber für unpraktikabel. Er glaubt, dass die Spendenbereitschaft schnell sinken würde, wenn statt spärlich bekleideter Kinder Jugendliche in einen Internetcafe in Lagos oder einer anderen afrikanischen Metropole auf den Plakaten präsentiert werden - eine Prognose, die sehr realistisch sein dürfte.

Allerdings bestätigt er damit die postkolonialen KritikerInnen: Traurige Kinderaugen fördern die Spendenbereitschaft und fördern die Überlegenheit der weißen HelferInnen.

PETER NOWAK

Der Film kann bestellt und oder kostenlos angesehen werden unter

www.whitecharity.de