



„Warum wissen meine Eltern das eigentlich nicht?“

Mit Bildung mehr erreichen!

**Eine Handreichung
für Bildungsaktive in Weltläden
und die, die es werden wollen**

Inhaltsverzeichnis

Vorworte	3
I Globales Lernen: Hintergründe zur Bildungsarbeit	
1 Globales Lernen	6
2 Qualitätskriterien in der Bildungsarbeit.....	9
3 Evaluation in der Bildungsarbeit	13
3.1 Der Evaluationszyklus	13
3.2 Praxisbeispiel für einen „großen Antrag“, Weltladen Marburg	16
3.3 Wirkung von Bildungsarbeit	19
4 Rassismuskritische Bildungsarbeit im Fairen Handel	20
5 Unsere Rolle als Bildungsaktive	27
II Bildungsarbeit im Weltladen: Strukturen etablieren	30
6 Was bedeutet (Basis-)Bildungsarbeit im Weltladen?	30
6.1 Basis-Bildungsarbeit: Hintergrund	30
6.2 Basis-Bildungsarbeit: konkret	34
6.3 Bildungsarbeit: intensiv	36
7 Was ist für die Durchführung von Bildungsarbeit notwendig?	37
8 Prozess im Weltladen gestalten: Wie stärken wir die Bildungsarbeit in unserem Weltladen?	40
9 Zielgruppen und Kooperationspartner	44
9.1 Angebote der Basis-Bildungsarbeit und ihre Zielgruppen	44
9.2 Kontaktaufbau zu Zielgruppen und Kooperationspartnern	46
10 Öffentlichkeitsarbeit und Werbung für die Bildungsarbeit	48
11 Zusammenarbeit mit Schulen	52
12 Finanzierung von Bildungsarbeit	56
III Bildungsarbeit konkret	58
13 Serviceregal für Bildungsarbeit – die Bildungssäule	58
14 Standard-Konzepte der Bildungsarbeit	60
14.1 Weltverteilungsspiel	60
14.2 „Fair Flixt!“ – die Weltladenerkundung	61
14.3 Standard-Vortrag zum Fairen Handel	62
15 Bildungsarbeit und Inklusion im Fairen Handel	64
16 Bildungsveranstaltungen planen und durchführen	67
Linkliste	72
Schlusswort	73
Inhaltsverzeichnis CD-ROM	74
Impressum	76

4 Rassismuskritische Bildungsarbeit im Fairen Handel

Der Umgang mit Rassismus erhielt lange Zeit im Fairen Handel keine große Beachtung. Seit einigen Jahren wird dem Thema hingegen vermehrt Aufmerksamkeit geschenkt – auch im Bildungsbereich.

Wir möchten Euch hier einen Überblick über die derzeitige Diskussion und darüber hinaus viele Anregungen mit auf den Weg geben, wie Ihr Eure Bildungspraxis kritisch in den Blick nehmen könnt. Einige Weltläden beschäftigen sich bereits mit der Vermeidung von Stereotypen, was u. a. durch die gute Resonanz auf den Workshop „Rassismus und Stereotype im Fairen Handel“ vom Weltladen-Dachverband deutlich wird.⁶ Besonders die Aktivitäten in der Bildungsarbeit halten wir für geeignet, diese Diskussion zu vertiefen und in die Fair-Handels-Bewegung hinein sowie natürlich zu den Teilnehmenden der Bildungsangebote zu tragen. Wir befinden uns in einem Lernprozess und möchten Euch ermutigen, an diesem aktiv teilzunehmen!

Kolonialzeit

Besonders im 19. Jahrhundert dehnten die europäischen Großmächte ihre besetzten Gebiete gewaltsam weiter aus. Kurz nach dem Ende des ersten Weltkrieges war „die Hälfte des globalen Festlandes und zwei Fünftel der damaligen Weltbevölkerung kolonialen Regimen unterworfen. Der Kolonialismus hat so nachhaltig gewirkt, dass er auch Länder, die selbst weder Kolonialmacht noch Kolonie waren, prägte.“ (Arndt, 2012, S. 34). Die lokale Bevölkerung wurde „oft gegen ihren aktiven Widerstand verschleppt, beraubt, unterdrückt oder gar eliminiert. Bestehende soziale Strukturen, politische Systeme, kulturelle Praktiken, Wissensarchive, Religionen und Sprachen wurden unterdrückt oder zerschlagen. Das eroberte Land wurde – oftmals entgegen langfristig gewachsenen geopolitischen Räumen und Grenzlinien – nach dem eigenen Vorbild gestaltet und gemäß eigenen Interessen umfunktioniert.“ (Arndt, 2012, S. 33). Neben militärischen Zielsetzungen wurden Siedlerkolonien gegründet, um das Land agrarisch zu nutzen. Dadurch entstand die koloniale Plantagenwirtschaft unter Ausbeutung lokaler Arbeitskräfte und/oder versklavter Menschen (vgl. Arndt, 2012, S. 32ff.).

Die Kolonialmächte bauten Straßen, Eisenbahnen und Häfen, um die Rohstoffe exportieren zu können. Der Binnenhandel und eine Weiterverarbeitung der Rohstoffe fanden keine Förderung. Die starke Fokussierung auf die Interessen der Kolonialmächte, die in der Ausbeutung der Länder als „Rohstofflieferanten“ (Bodenschätze, landwirtschaftliche Produkte) lag, war nicht nur damals hochproblematisch. Diese Wirtschaftsstrukturen bestehen bis heute fort, mit den bekannten negativen Folgen wie der Abhängigkeit von wenigen Exportgütern und einer nach wie vor schwach ausgebildeten Weiterverarbeitung im Land.

Beispiel: Widerstand gegen den Kolonialismus am Beispiel vom heutigen Tansania und Namibia

Viele Menschen in Tansania und Namibia erlitten durch die Kolonialherren systematisch Erniedrigung und mussten Morde, Vergewaltigungen, willkürliche Landenteignungen und Ausbeutung hinnehmen. Außerdem mussten sie Zwangsarbeit verrichten und hohe Steuern bezahlen. Es gab zahlreiche Aufstände in den afrikanischen Kolonien gegen die Zwangsherrschaft, die von den Kolonialmächten brutal niedergeschlagen wurden. Zu den größten gehörte der Maji-Maji-Aufstand (1905 – 1907) im heutigen Tansania. Beim Völkermord an den Herero, Nama, Damara und Khoi/San im heutigen Namibia wurden ca. 80 % der Herero getötet.⁷ Tansania sowie Namibia sind beides ehemalige deutsche Kolonien. „Deutschland hat die Massaker deutscher Truppen an den Herero und Nama im Jahr 2004 als Völ-

⁶ Siehe: www.weltladen-akademie.de/rassismus-und-stereotype-im-fairen-handel/ (Zugriff am 30.8.2017)

⁷ Vgl.: <http://gesichter-afrikas.de/kolonialismus-in-afrika.html> (Zugriff am 12.7.2017).

10 Öffentlichkeitsarbeit und Werbung für die Bildungsarbeit

Um ein Konzept für Eure Öffentlichkeitsarbeit zu Euren Bildungsangeboten zu entwickeln, sind folgende Fragen hilfreich:

- Was möchtet Ihr anbieten? (Themen, Veranstaltungsarten)
- Wer ist bzw. sind Eure Zielgruppe(n)?
- Was ist Eure Motivation und was ist Euer Selbstverständnis für diese Angebote?

Wenn Ihr diesbezüglich Eure Entscheidungen getroffen habt, wählt Ihr die passenden Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit für Eure Zielgruppe(n) und Angebote aus. Wichtig ist, den Aufwand (Zeit, Finanzen, Mitwirkende) in die Entscheidungsfindung einzubeziehen.

Auswahl an Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit

Mundpropaganda

Das wohl wirksamste Instrument ist das persönliche Gespräch. Einladungen zu Veranstaltungen, Kooperationsmöglichkeiten etc., die von Freund/innen, Kolleg/innen oder Nachbar/innen übermittelt werden, sind in der Regel am erfolgsversprechendsten.

Daher empfehlen wir Euch immer wieder Zeit darauf zu verwenden, zu überlegen wer wen kennt und wer für Euch bereit wäre, einen Kontakt herzustellen, z. B. zu einer Schule/Lehrkraft, zu Journalist/innen oder zum lokalen Rundfunksender.

Printmedien

Zu den Printmedien gehören u. a. Flyer, Broschüren und Plakate. Für die Bewerbung ihrer Bildungsarbeit nutzen viele Weltläden Faltblätter. Je nach Umfang Eures Angebotes, kann es ein Faltblatt ausschließlich zu Euren Bildungsangeboten sein. Ein Beispiel vom Weltladen Schorndorf findet Ihr auf der beiliegenden CD-ROM. Ihr könnt auch einen Einleger (1/3 A4) für Euren Ladenflyer erarbeiten und diese dann zusammen verteilen. Eine Broschüre über Eure Bildungsangebote ist für eine umfangreiche Bildungsarbeit sinnvoll.

Onlinemedien

Zu den Onlinemedien gehören u. a. eine Webseite, ein E-Mailverteiler und eine Facebook-Seite. Verfügt Ihr bereits über eine Weltladen-Homepage, könnt Ihr eine Rubrik zur Bildungsarbeit einfügen und Eure Angebote dort präsentieren sowie Eure Materialien zur Ausleihe anbieten. Vielleicht ist für Euch jedoch eine eigene Webseite zum Thema Bildungsarbeit (evtl. in Kooperation mit weiteren lokalen Akteuren) passender.

Darüber hinaus könnt Ihr spezielle E-Mailverteiler anlegen, z. B. für:

- Lehrkräfte (um beispielsweise ein neues Angebot vorzustellen)
- Interessierte, die Ihr zu öffentlichen (Bildungs-)Veranstaltungen einladen möchtet.

Eine Werbung über Facebook ist besonders für jüngere Zielgruppen geeignet. Bildungsreferent/innen aus Weltläden erzählen, dass es zu Beginn schwierig sein kann, ein Netzwerk über Facebook aufzubauen, da häufig ein Großteil der Mitarbeitenden im Weltladen dieses Medium nicht nutzt. Auch wenn es zunächst mühsam sein kann, habt Ihr damit die Möglichkeit, neue Zielgruppen zu erreichen.

16 Bildungsveranstaltungen planen und durchführen

Es gibt nicht „den einen Weg“, Bildungsveranstaltungen zu planen. Wir möchten Euch in diesem Kapitel Anregungen und Werkzeuge mit an die Hand geben, Euren eigenen Stil (weiter) zu entwickeln.⁵⁸

Verschiedene Herangehensweisen

Vielleicht „stolpert“ Ihr über einen Artikel, ein Zitat, eine Meldung aus den Nachrichten, ein Erlebnis, ein Gespräch – das Euer Interesse an einem Thema weckt. Selbst neugierig auf ein Thema zu sein, zu dem Ihr eine Bildungsveranstaltung anbieten möchtet, ist ein guter Anfang. So entstehen Fragen, eine Beschäftigung mit dem Thema und dann eine Idee, für welche Zielgruppe es ebenfalls von Interesse sein könnte.

Oder Ihr arbeitet schon länger mit einer Zielgruppe, z. B. mit Jugendlichen, und erlebt, dass ihre Lebenswelt eng mit den Sozialen Medien verknüpft ist. Ihr überlegt, wie Ihr dieses Interesse aufgreifen und mit Euren Zielen des Globalen Lernens verknüpfen könnt. Erprobt sind Konzepte zu Handys (Herstellung, Seltene Erden, Bergbau etc.). Ihr könnt aber genauso gut ein anderes Thema auswählen und methodisch überlegen, wie die Sozialen Medien dafür genutzt werden können (Rechercheaufgaben im Internet, SMS schreiben lassen etc.).

Oder Ihr seid schon länger in der Bildungsarbeit aktiv und möchtet Euch selbst herausfordern:

- Euch einer neuen Zielgruppe zuwenden
- Neue Kooperationspartner gewinnen
- Zeitlich längere Projekte durchführen (Projekttag, -woche)
- Ein aktuelles Thema aufgreifen

Oder bei Euch findet der Verlauf ganz anders statt. Ihr werdet z. B. zu einem bestimmten Thema angefragt und möchtet diesen Wunsch erfüllen.

Egal, welche Vorgehensweise Ihr nutzt, wichtig ist immer, dass Euer Angebot einen Bedarf bei Eurer Zielgruppe deckt.

- Was wisst Ihr über Eure Zielgruppe? Wo begegnet Ihr ihnen?
- Welchen Nutzen haben diese Menschen davon, sich mit „Eurem Thema“ auseinander zu setzen?
- Was können sie besonders gut?
- Was macht „ihre Welt“ aus? Wie wohnen und leben sie? Wie verbringen sie ihre Freizeit?

Am besten spricht Ihr mit den Menschen direkt und fragt sie. Wenn das nicht möglich ist, könnt Ihr Personen ansprechen, die mit Eurer Zielgruppe arbeiten. Oder ihr recherchiert zur ausgewählten Zielgruppe (Internet, Fachpublikationen, Magazine/Zeitschriften für diese Zielgruppe etc.)

Die Recherche zu Eurem Thema

Möchtet Ihr Bildungsarbeit anbieten, benötigt Ihr Informationen über Euer gewähltes Thema. Am Ende des Kapitels haben wir Euch eine Linkliste zusammengestellt, die einen guten Einstieg in die Recherche bieten kann.

Vielleicht macht Ihr Euch während der Recherche Notizen über interessante Artikel, Sichtweisen, Materialien, Filme, Fotos. Vermerkt auch, wo Ihr die Dinge gefunden habt, so dass Ihr später problemlos

⁵⁸ Wir empfehlen Euch das „Handbuch für Referent_innen“ von der Open School 21, dem wir einige Anregungen für dieses Kapitel entnommen haben. Kostenloser Download unter: www.openschool21.de/wp/wp-content/uploads/2015/01/referent_innen.handbuch_final.pdf (Zugriff am 21.9.2017)