

Patenschaftsmodelle – Komprimierter Überblick & Geschichte



Kinderpatenschaften sind seit Jahrzehnten ein weit verbreitetes humanitäres Instrument. Der Ursprungsgedanke war geprägt von dem Wunsch, das Leben von Kindern zu verbessern, die ohne eine Patenschaft keinen oder kaum Zugang zu Bildung, Gesundheitsressourcen, Ernährung usw. hatten.

Das klassische Modell ist/war bisher eine **direkte Patenschaft**: Ein einzelner Pate (oder mehrere Paten z.B. als Familie) unterstützt ein einzelnes Kind. Ein Modell, das auch wir – **Hopeline Germany** – aktuell verfolgen. Unser verlässlicher Partner vor Ort wählt zusammen mit Eltern, einem zuständigen Gemeindeberater und Lehrern Kinder aus, die Teil einer Patenschaft werden sollten. Kinder, die sonst durch die Lücken des dortigen Systems vor Ort fallen würden und deren Familien sich einen Schulbesuch schlicht nicht leisten können.

Die Schulkosten belaufen sich zurzeit auf ca. 45 Euro pro Term (ein Schuljahr = 135 Euro) und decken den Bedarf für den Schulbesuch, Schuluniformen, Mahlzeiten (Maisbrei und Bohnen, etwas Obst), Berufsberatung und Zugang zu einfachen Gesundheitsdiensten.

Kritik am „direkten Patenschaftssystem“

Zu den mitunter deutlichen Kritikpunkten dieses „Leistungssystems“ einer **direkten Patenschaft** gehören dieser Tage zum Beispiel: Begünstigung einzelner Kinder,

Unzufriedenheit in den Gemeinschaften vor Ort, Neokolonialismus und Mäzenatentum, rechtliche Starrheit, Inflexibilität, Ineffizienz, veraltet, irreführend, schädlich...

Es entsteht die Tendenz zum Modell einer **indirekten Partnerschaft**. Hierbei unterstützen Paten quasi eine ganze Gemeinschaft. Dieses Modell passt im Verständnis vieler führender Patenschafts-NGOs am besten zum zeitgenössischen Verständnis der internationalen Entwicklung, da es sich eher auf die Gemeinschaft als auf die individuelle Befähigung konzentriert. Humanitäre Organisationen wandeln sich von der Verwendung traditioneller direkter Sponsoring-Programme zu indirekten Sponsoring-Programmen.

Im weiteren Vergleich zur **direkten Patenschaft** ermöglicht der indirekte Weg natürlich mehr Flexibilität bei der Verwendung der Mittel für die Vereine. Es ist bzw. erscheint einfacher, Projekte zu unterstützen, die die Gemeinschaft stärken, nachhaltig sind und lang anhaltende und vielfältige Auswirkungen und Veränderungen haben.

Hopeline Germany wird zusammen mit seinem Partner in Uganda in den nächsten Monaten mit Bedacht herausfinden, welcher Weg für uns perspektivisch der geeignete sein wird.

Da **direkte Patenschaften** in unserem Fall im Vergleich zu rein „patenschaftlich“ organisierten NGOs nur ein Teil unserer vielfältigen Hilfe sind und wir viele weitere Projektbereiche parallel unterstützen, verpuffen manche Kritikpunkte an diesem Modell. Gleichwohl nehmen wir sie aufmerksam wahr und stellen vielleicht auch für uns fest, dass indirekte Patenschaften der zeitgemäße Weg sind.

Transparenz – Sinnhaftigkeit – Nachhaltigkeit

Über allem steht, dass wir bei unserem Wirken immer eine vollständige Transparenz im Blick haben. Dass wir die Sinnhaftigkeit jeder einzelnen Maßnahme und die Nachhaltigkeit unserer Bemühungen stets kritisch überprüfen und von Zeit zu Zeit evaluieren.

Dies kommunizieren wir so stets mit unserem Partner in Uganda und entwickeln eine Art der Zusammenarbeit, die diese Dinge intensiv im Blick hat. Ob auf finanzieller oder inhaltlicher Ebene. Das muss unser Anspruch gegenüber jeder/m einzelner/n Spender/in und natürlich gegenüber Finanzbehörden, Stiftungen & Co. sein.

Aspekt des Marketings pro direkte Patenschaft

Direkte Patenschaften für Kinder haben eine lange Geschichte. Spenderinnen und Spender sind mit dem Konzept vertraut und an die Idee gewöhnt, das Leben eines bestimmten Kindes zu unterstützen. Betrachtet man es schlicht aus der Sicht des Marketings, liegen hier noch immer die größten Chancen, Spenderinnen und Spender zu gewinnen. Ein Aspekt, den wir als junger Verein zumindest mit in Betracht ziehen sollten.

Das **direkte Patenschaftsmodell** hat eine starke emotionale Anziehungskraft. Fotos und/oder (wahre) Geschichten von bedürftigen Kleinkindern ermutigen Spender, dieses Kind und damit seine Familie zu unterstützen. Aufgrund der öffentlichen Akzeptanz und der

emotionalen Verbindung zur direkten Patenschaft von Kindern tendieren potenzielle Spender immer noch eher zu diesem Modell.

Einige Organisationen verwenden das direkte Sponsoring-Modell weiterhin als Marketingstrategie. Andere, zum Beispiel UNICEF, bieten die Möglichkeit, „Eltern“ (Global Parent Sponsoring) zu werden. Den Spenderinnen und Spendern soll damit verdeutlicht werden, dass es um ein Gemeinschafts-Sponsoring geht, um das Wohlergehen der Kinder (und ihrer Familien) ganzheitlich zu unterstützen.

Quellen:

u.a. UNICEF, Grassroot's Children Foundation, Caritas, World Vision

<https://devpolicy.org/child-sponsorship-works20120411/>

<https://www.globenewswire.com/news-release/2011/02/28/1099016/0/en/Understanding-Child-Sponsorship.html>

<http://www.caritas.org.au/docs/about-us/can-we-end-poverty.pdf>