

MAN LERNT NIE AUS

Leitfaden zur Erwachsenenbildung



**Herausgeber**

Weltladen-Dachverband e.V.
Ludwigsstr. 11
55116 Mainz
Tel. 06131/68907-80
Fax 06131/68907-99
bildung@weltladen.de

Autor_innen

Julia Dieckmann, Manuel Blendin

Redaktion

Anna Schick

Gestaltung

www.diegrafikwerkstatt.com

Titelbilder

Cordula Kropke

Mainz, im Februar 2014

Gefördert durch:

**Brot
für die Welt**

Brot für die Welt –
Evangelischer
Entwicklungsdienst

BMZ



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

**KATHOLISCHER
FONDS**
KOOPERATION
EINE WELT

Die Publikation wurde gefördert von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des
BMZ, Brot für die Welt-Evangelischer Entwicklungsdienst, Katholischer Fonds.

Der Herausgeber ist für den Inhalt allein verantwortlich.

MAN LERNT NIE AUS

Leitfaden zur Erwachsenenbildung

INHALTSVERZEICHNIS

1	GRUNDLAGEN FÜR GUTE ERWACHSENENBILDUNG	7
1.1	WIE WIR LERNEN	7
1.2	DIDAKTIK	8
1.3	SEMINARLEITUNG / REFERENT_IN	10
2	METHODEN	10
2.1	KLEINES VORTRAGS-ABC	10
2.2	DISKUTIEREN IN KLEINEN GRUPPEN	13
2.2.1	World Café	14
2.2.2	Schreibgespräch	14
2.2.3	Kugellager	15
2.3	MODERATION	15
2.4	GANZ GROSSES KINO: DER EINSATZ VON FILMEN IN DER BILDUNGSARBEIT	16
3	STOLPERSTEINE IN DER BILDUNGSARBEIT ZU ENTWICKLUNGSPOLITISCHEN THEMEN	18
4	CHECKLISTE ZUR VERANSTALTUNGSVORBEREITUNG	19
5	MATERIALIEN, HINTERGRÜNDE, TIPPS	20
6	LITERATURVERZEICHNIS	22
7	ZZIMM-TABELLE ZUR PLANUNG VON VERANSTALTUNGEN	23

VORWORT

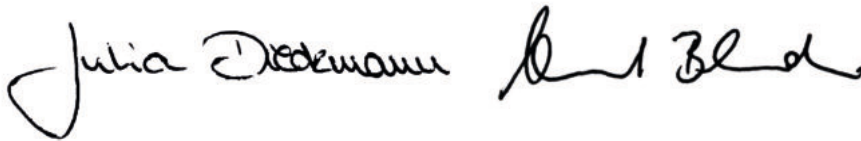
WETTLÄDEN BILDEN

Die Weltladen-Bewegung ist als Bildungsbewegung entstanden. Und sie ist es – wenn auch in anderer Form – heute immer noch. Viele tausend Weltladen-Mitarbeiter_innen eignen sich für und durch ihr Engagement im Weltladen Wissen über einzelne Produkte, über Kooperativen und Welthandelsstrukturen an. Für die Mitarbeitenden werden regelmäßig Schulungen, Laden-Wochenenden oder Weltladen-Fachtage angeboten. Wenn man diese Veranstaltungen zusammenzählt, käme man wohl auf mehrere tausend Bildungsveranstaltungen im Jahr. Und darüber hinaus organisieren viele Weltläden eigene Bildungsangebote: Sie laden Produzent_innen ein, zeigen Filme oder gestalten Informationsabende.

Die vorliegende Handreichung gibt Hilfestellungen für Bildungsangebote, die sich an Erwachsene richten. Dabei ist es hilfreich, die Besonderheiten dieser Zielgruppe zu berücksichtigen – Menschen, die bereits einen Schulabschluss und oft Berufserfahrung haben. Es spielt dabei keine Rolle, ob die eigenen Mitarbeitenden des Weltladens an der Veranstaltung teilnehmen oder ob es sich um andere Teilnehmende handelt.

Aufgrund des Umfangs können in der Handreichung keine grundlegende Einführung in die Erwachsenenbildung und auch keine fertigen Rezepte für Veranstaltungen geboten werden. Sie erläutert aber einige praxisrelevante Hintergründe, gibt Anregungen für bestimmte Methoden und konkrete Tipps zur Planung von Bildungsangeboten.

Wir hoffen, Euch damit bei Eurer Bildungsarbeit im und außerhalb des Weltladens zu unterstützen. Sollten Euch einzelne Aspekte fehlen oder Ihr Veränderungsvorschläge haben, freuen wir uns über Rückmeldungen an die Geschäftsstelle des Weltladen-Dachverbandes.

The image shows two handwritten signatures in black ink. The first signature on the left is 'Julia Dieckmann' and the second signature on the right is 'Manuel Blendin'.

Julia Dieckmann & Manuel Blendin

1 GRUNDLAGEN FÜR GUTE ERWACHSENENBILDUNG

1.1 WIE WIR LERNEN

„Erwachsene sind lernfähig, aber unbelehrbar.“¹

Es gibt unterschiedliche theoretische Ansätze, wie Lernen funktioniert. An dieser Stelle wollen wir darauf nicht im Detail eingehen, sondern einige Aspekte mit besonderer Bedeutung für die Bildungsarbeit erläutern.

Neurowissenschaftler_innen zeigen, dass auch „Hans“ noch lernen kann, was „Hänschen“ nicht gelernt hat. Sie weisen zwar darauf hin, dass ab dem Alter von 30 Jahren die Geschwindigkeit abnimmt, mit der wir Informationen wahrnehmen und verarbeiten. Dafür haben wir mit steigendem Alter aber auch mehr Wissen „angehäuft“, auf das wir zurückgreifen können. Es ist also in der Erwachsenenbildung besonders wichtig, an vorhandenem Wissen anzuknüpfen.

In der Praxis kann dies zum Beispiel durch einen ausführlichen Einstieg in das Thema berücksichtigt werden: Welchen Bezug haben die Teilnehmenden zum Seminarthema? Das kann individuell, in Paar- oder Gruppenarbeit thematisiert werden. Aber auch im weiteren Kursgeschehen sollte immer wieder der persönliche, biographische Bezug zur Thematik aufgegriffen werden.

Wichtig ist auch zu wissen, dass Erwachsene oft neuronale Muster entwickelt haben, die relativ stabil sind. Sie nehmen insbesondere das sensorisch und kognitiv wahr, was in diese Muster passt. Daraus folgt, dass wir lernen, was wir verarbeiten können – und nicht unbedingt das, was die Seminarleitung uns lehren wollte.²

Viele Erwachsene haben im Lauf ihres Lebens Strategien entwickelt, wie sie besonders gut lernen können. Natürlich ist es schwierig, bei der Planung einer Veranstaltung auf alle individuellen (und uns im Vorfeld nicht bekannten) Lernwege einzugehen. Aber es ist hilfreich, wenn es eine Offenheit für unterschiedliche Herangehensweisen gibt. Für die Teilnehmenden ist es daher gut, wenn verschiedene Methoden genutzt werden (→ Kapitel 2 Methoden). „Und: Je ganzheitlicher das Lernerlebnis ist, desto wirkungsvoller ist es. Das heißt je mehr neben der Sprache auch Szenen und Bilder und sinnliche Bedeutung einer Lernumgebung bzw. eines Lernortes ins Spiel kommen, desto mehr prägt sich das Gelernte ein.“³ Hierzu zählt auch, dass die Visualisierung von Inhalten dem Lernen zuträglich ist. Der Inhalt von Vorträgen kann durch Bilder ergänzt werden, komplizierte Strukturen können durch ein Diagramm an einem Flip-Chart verständlicher werden.

Lerntypen

Menschen lernen auf unterschiedliche Weise. „Bekannt geworden ist eine Lerntypologie, die Frederic Vester 1975 veröffentlicht hat. Vester unterscheidet vier Lerntypen:

- *auditiver Typ*: Lernen durch Zuhören
- *visueller Typ*: Lernen durch Beobachten, bevorzugt wird Visualisieren, Schematisierung
- *haptischer Typ*: Lernen durch Tun, Experimentieren
- *intellektueller Typ*: Lernen durch Abstraktion, Logik

Diese Typologie ist durchaus plausibel. Dennoch sind solche Typologisierungen forschungsmethodisch nicht unproblematisch. So sind „Mischtypen“ die Regel.“⁴ Für die Praxis ist es hilfreich sich bewusst zu machen, dass verschiedene Menschen unterschiedliche Zugänge zu einem Thema brauchen.

Das Gehirn besitzt die Fähigkeit aus Beispielen Regeln zu entwickeln. Da es zudem das Einfache behält und das Komplexe vorerst vergisst, um immer wieder Platz für neue Informationen zu haben, sollte in einem Seminar mit dem Einfachen begonnen werden. Anhand von konkreten, möglichst geläufigen Beispielen kann das Gehirn das neue Wissen an bekanntem „verankern“ und im Gehirn können sich nach und nach komplexe Strukturen als „mentale Landkarten“ entwickeln.⁵

Möglicherweise wecken bestimmte Seminarsituationen bei Teilnehmenden negative Assoziationen: Es ist nicht

1 Siebert 2003, S. 232

2 vgl. Nuissl/Siebert 2013, S. 98

3 Hufer 2009, S. 145

4 Nuissl/Siebert 2013, S. 65

5 vgl. Meiner 2001 in Hufer 2009, S. 147

selten, dass Schultafeln oder „besserwisserisches Lehrer_innenverhalten“ bei Erwachsenen nicht gut ankommen. Daher gilt es als wichtiger Ansatz der Erwachsenenbildung, Erfahrungshintergrund und Erwartungen der Teilnehmenden zu berücksichtigen und ihnen die Möglichkeit zu geben, die Veranstaltung mitzugestalten. Das ist in der Praxis aus zeitlichen und organisatorischen Gründen nicht immer einfach. Hilfreich für ein erfolgreiches Seminar ist es aber, wenn man die eigenen Überlegungen zum Ablauf nicht als unumstößlich sieht.

Emotionen beeinflussen das Lernen nachhaltig. In einer positiven Atmosphäre mit Platz für Neugier, Humor und Austausch können die Teilnehmenden lernen. Diesem Fakt kann zum Beispiel durch eine ausführliche Einstiegsphase Rechnung getragen werden. Diese ermöglicht den Teilnehmenden in der Gruppe „anzukommen“.

1.2 DIDAKTIK

Jede_r in der Erwachsenenbildung Tätige hätte gerne ein Geheimrezept für erfolgreiche Bildungsangebote: Wie schaffe ich es, dass die Teilnehmenden motiviert sind, sich aktiv beteiligen, den Sachverhalt schnell verstehen und ich zudem sicher auftreten kann? Jede noch so gute Empfehlung für didaktisch-methodisches Handeln passt nicht für alle Situationen und für jede Person. Antworten auf Fragen zur Veranstaltungsplanung und -durchführung sind also immer in Verbindung zu dem zu sehen, was von den Teilnehmenden eingebracht wird, welche Zielvorstellungen mit der Veranstaltung verbunden werden und was sich aus der Struktur des Stoffes für den Vermittlungsprozess ergibt.⁶

Hilfreich für die Planung von Veranstaltungen sind aus unserer Sicht folgende Punkte:⁷

1. Wofür mache ich eine Veranstaltung? (Verwendungssituation)

Was sollen die Teilnehmenden nachher mit dem Gelernten anfangen? Hier gibt es einen großen Unterschied zwischen einer internen Weltladen-Fortbildung und einem offen ausgeschriebenem Workshop in Kooperation mit einer anderen Institution.

2. Für wen findet es statt? (Zielgruppe)

Kann ich näher beschreiben, wer an der Veranstaltung teilnehmen soll? Bei der weiteren Planung sollte ich berücksichtigen, dass ich mit meinem Angebot diese Zielgruppe auch anspreche. Erwarte ich von den Teilnehmenden ein bestimmtes Vorwissen, Interesse oder bestimmte Fähigkeiten (zum Beispiel abstrakte Texte verstehen), sollte dies im Vorfeld kommuniziert werden.

3. Wozu dient die Veranstaltung? (Lernziel)

Auch wenn ich als „Lehrende_r“ nicht bestimmen kann, was die Teilnehmenden lernen, ist eine möglichst genaue Formulierung von Lernzielen wichtig: Was ist mein/unser Anliegen? In der Regel muss ich mich dabei auf einige wenige Aspekte konzentrieren und es ist sehr hilfreich im Vorfeld klare Entscheidungen zu treffen. Mit gut und prägnant formulierten Lernzielen kann ich zudem meine methodische und inhaltliche Planung immer wieder überprüfen: Trägt die Methode XY zu meinem Lernziel bei? Es gibt viele tolle Methoden, aber nicht alle sind zielführend.

4. Was soll behandelt werden? (Inhalte)

Steht der Inhalt exemplarisch für ein Thema? Können die verschiedenen Themen in der vorgesehenen Zeit tatsächlich behandelt werden?

5. Wie soll der Inhalt vermittelt werden? (Methoden)

→ Mögliche Methoden werden ausführlicher im zweiten Kapitel vorgestellt.

6. Wo und womit wird die Veranstaltung realisiert? (Medien, Lernort)

Welche Medien (Beamer, Pinnwand) benötige ich für die Veranstaltung? Und passt der Raum zu meinen Methoden? Können verschiedene Kleingruppen in einem Raum arbeiten oder lenken sie sich gegenseitig ab? Gibt es evtl. Ausweichorte für Gruppenarbeit?

7. Zeit

Eines der größten Probleme bei Bildungsveranstaltungen engagierter Lehrender/Dozent_innen ist die Zeit! Gerne versucht man in 90 Minuten die ganze Welt zu erklären, möchte alle wichtigen Aspekte eines Themas diskutieren. Aus langjähriger Erfahrung wissen wir, dass es den meisten Weltladen-Mitarbeiter_innen (uns eingeschlossen) schwer fällt, sich bei der Planung kurz zu fassen – schließlich haben wir so viel Wichtiges zu erzählen.

⁶ vgl. Bastian et al 2004, S. 53

⁷ vgl. Schlutz 2006

Unsere Empfehlung:

Plant Eure Veranstaltung „minutengenau“, aber mit Puffern. Überlegt für jeden Arbeitsschritt schriftlich, wie viel Zeit Ihr benötigt. Hilfreich dafür ist die „ZZIMM-Tabelle“ („Zeit-Ziel-Inhalt-Methoden-Material“ – siehe Anhang). Wenn möglich, lasst andere auf den Zeitplan schauen: Ist er realistisch? Macht es Sinn für eine Diskussion nur 10 Minuten einzuplanen oder werden da so viele Fragen aufgeworfen, dass man sie nicht nach 10 Minuten „abwürgen“ kann?

8. Didaktische Reduktion

Eine Bildungsveranstaltung ist immer mit einer Reduzierung des Themas verbunden: Möchte ich im Rahmen eines fünfstündigen Workshops über Kaffee informieren, muss ich im Vorfeld gut abwägen, wie ich die komplexe Thematik vermittele. Ein Besuch einer Kaffeeplantage kommt aus organisatorischen Aspekten nicht in Frage. Also muss ich überlegen, welchen Stellenwert biologische und ökonomische Aspekte haben sollen, wie lange eine Verkostung dauert und wie groß das Interesse der Teilnehmenden an diesem Teil ist. Unter Abwägung dieser Rahmenbedingungen wird entschieden, welche Inhalte vermittelt werden, um das gesetzte Ziel zu erreichen.

10. Erwartungen von Teilnehmenden⁸

Was Teilnehmende nicht wollen		Was Teilnehmende wollen
Monotonie der Lehrmethode	◀▶	Abwechslungsreiche Darbietung
Monologe	◀▶	Kommunikation, Interaktion, Dialog
Überforderung	◀▶	Lerngerechte Arbeitsschritte
Reine Sachinformation	◀▶	Intellektuelle Anregungen, Positionen
„Fachbuchwissen“	◀▶	Bezug zu den Problemen und Aufgaben in der Praxis
„Belehrung“	◀▶	Wissen als Lösung von Problemen
Dozenten mit Berufsmaske	◀▶	Lockerheit, Authentizität, Echtheit
Bewertung	◀▶	Perspektivenakzeptanz, Bewertungsvielfalt
Bloßstellung	◀▶	Akzeptanz und Schutz der Personen und ihrer Identität

11. Evaluation

Oft stellt man sich Evaluation entweder als unliebsame Kontrolle oder als unnötige Bürokratie vor. Sinn macht sie aber, wenn man sie zur Überprüfung der Zielerreichung nutzt und mit den Ergebnissen das eigene Angebot weiterentwickelt. Relevant dafür ist immer die Perspektive der Teilnehmenden. Haben sie das Gefühl, über das behandelte Thema nun mehr zu wissen? Waren die Methoden aus ihrer Sicht adäquat?

Wenn genügend Zeit vorhanden ist, können die Teilnehmenden am Ende auch kurz einen zukünftigen „Idealkurs“ skizzieren – das ist sehr aussagekräftig. Solltet Ihr mit mehreren Personen das Seminar geleitet haben, ist es wichtig, sich rasch nach einer Veranstaltung zum Nachgespräch und zur Auswertung zusammensetzen, solange Beobachtungen und Eindrücke noch frisch sind.⁹

Literatur:

Annette Scheunpflug, Claudia Bergmüller u.a.: Evaluation entwicklungsbezogener Bildungsarbeit. Erhältlich im Buchhandel oder im Internet www.brot-fuer-die-welt.de

Qualitätskriterien für gute Bildungsarbeit:

Das Forum Fairer Handel hat im Januar 2014 Qualitätskriterien für Bildungsarbeit zu Fairem Handel entwickelt. Die Kriterien sind als Leitlinien zu verstehen und hilfreich für die Planung von Veranstaltungen. Sie können auf der Seite des Forums heruntergeladen werden: www.forum-fairer-handel.de

TIPP

⁸ vgl. Nuissl/Siebert 2013, S. 70

⁹ vgl. Ruddies 1991

1.3 SEMINARLEITUNG / REFERENT_IN

Für die Leitung von Bildungsveranstaltungen sind unterschiedliche Fähigkeiten bzw. Kompetenzen nötig. Doch nicht immer müssen sie in allen Bereichen gleich weit entwickelt sein. Grundlegend sind methodische und didaktische Grundkenntnisse, Fachwissen sowie Sozialkompetenz. Darüber hinaus ist aber auch die eigene Persönlichkeit wichtig:

„Auch wenn Kursleitende nicht ohne Weiteres Wissen vermitteln können, so ist ihre Glaubwürdigkeit und ihre Begeisterungsfähigkeit maßgebend für den Lernerfolg.“¹⁰ Und an diesem Punkt haben die meisten Weltladen-Mitarbeiter_innen einiges zu bieten!

Auch das Fachwissen ist durch die Mitarbeit im Laden oft vorhanden. Und sollte auf der pädagogischen Seite noch Unsicherheit bestehen: Methoden können gelernt werden!

TIPP

Wie die Seminarleitung Lernen unterstützen kann:

- Ein vertrauensvolles und angenehmes Lernklima schaffen, den Teilnehmenden Wertschätzung entgegenbringen
- Authentisch sein
- Unterschiedliche Wege zum Ziel / Bearbeitungsmöglichkeiten aufzeigen
- Flexibel auf die Entwicklungen während der Veranstaltung reagieren
- Gruppen- und Kommunikationsstrukturen beachten
- Auf mögliche Bezüge des Themas zu Vorerfahrungen der Teilnehmenden hinweisen

2 METHODEN

Es gibt eine Vielzahl von guten, interessanten und hilfreichen Methoden. „Die entscheidende Aufgabe ist es, bei der Veranstaltungsplanung mit Blick auf die zukünftigen Teilnehmenden und das zu erreichende Bildungsziel die passende Lern- und Arbeitsform zu finden.“¹¹ Sie sollten Neugier erzeugen und motivieren. Dabei sollte die Methode nie Selbstzweck sein, sondern immer dazu beitragen, das Ziel zu erreichen.

2.1 KLEINES VORTRAGS-ABC

Mögliche **Anlässe** für einen Vortrag:

- In der Kirchengemeinde zum Weltgebetstag über Kooperativen oder Projekte in einem bestimmten Land
- In Kombination mit einem fairen Kochkurs in der Volkshochschule über eingesetzte Produkte und Hintergründe
- Beim Ladentreff über den Mengenausgleich und faire Produktanteile bei Mischprodukten
- Öffentlich ausgeschriebene Veranstaltung in der Fairen Woche mit Einblick in die Siegellandschaft
- Zum Weltladentag mit Hintergründen zur Kampagne und unsere politischen Forderungen

Es gibt viele gute Gründe für einen klassischen Vortrag – klar und strukturiert Wissen vermitteln, die Zuhörenden mit spannenden Beispielen in unseren Bann ziehen sowie kurz und knackig genau auf die Zielgruppe eingehen sind einige der ausschlaggebenden Argumente für diese Methode.

Häufig sind Vorträge jedoch frontal, unstrukturiert oder zu lang und ohne Visualisierung oder andere Verankerungen. Der Pädagoge Ulrich Lipp spricht in dem Kontext von einer „Monokultur der PowerPoints“.¹² Wir wollen hier einige Möglichkeiten vorstellen, um Vorträge aufzuwerten und abwechslungsreicher gestalten zu können!

¹⁰ Nuissl/Siebert 2013, S. 62

¹¹ Hufer 2009, S. 171

¹² Lipp 2008, S.158

Tipps für einen **anregenden Vortrag**, der bei den Teilnehmenden hängenbleibt:

TIPP

- Vortrag wirklich auf die Zielgruppe anpassen! Die gleiche Präsentation wird nie für alle passen - auf Interessen der Gruppe anpassen.
- Nicht länger als 20 Minuten Vortrag am Stück! Danach sollte es einen Methodenwechsel geben, da die Aufmerksamkeitsspanne der Teilnehmenden dann rapide sinkt. Wenn die Teilnehmenden selber wieder durch einen Methodenwechsel aktiviert wurden, kann auch noch eine weitere Vortragsphase angeschlossen werden.
- Der rote Faden ist für alle sichtbar und präsent – am besten wird die Struktur auf einem Medium angebracht, das während des ganzen Vortrags präsent bleibt (Flipchartpapier/Pinnwand). Oder Ihr baut Zwischenfolien ein, um die Gliederung zu visualisieren. Während des Vortrags sich immer wieder auf die Gliederung beziehen, um den Teilnehmenden das Zuhören zu erleichtern und sie auf dem Gedankenweg mitzunehmen.
- Meranker einbauen – damit die Informationen auch nach dem Vortrag noch bei den Teilnehmenden präsent bleiben. Wir können unsere Gedanken über Bilder, mit passenden Beispielen, mit Anekdoten und Humor, mit einfachen und eingängigen Formulierungen, mit Überraschungen und Wiederholungen in den Köpfen der Zuhörenden verankern. Am besten zu allen wichtigen inhaltlichen Aspekten auch gleich eine Verankerung mit überlegen. Am gängigsten sind Visualisierungen, um das Gesagte zu unterstreichen. Und da lohnt ein Blick über den „PowerPoint-Rand“: zum Beispiel vorbereitete Symbole oder Bilder auf Papier unterstreichend beim jeweiligen Punkt an die Wand bringen (wirken länger und intensiver, weil alle Karten die ganze Zeit sichtbar sind). Auch bei PowerPoint können wir darauf achten, dass wir mehr Bilder als nur Text verwenden. Solltet Ihr Text eingebaut haben, lasst den Teilnehmenden Zeit zum Lesen. Ihr könnt auch erst sprechen und danach die Folie mit dem Text noch einmal bekräftigend anschlagen. Nur Vorlesen wirkt oft unvorbereitet und macht den Vortrag leblos.
- Wann kommen unsere Botschaften an?
Wenn sie...
 - ...einfach gehalten werden (kurz und prägnant)
 - ...unerwartet sind (Zuhörende verblüffen und überraschen weckt und hält das Interesse)
 - ...konkret und klar formuliert sind (auch mit Anekdoten, Sprichwörtern, Redewendungen)
 - ...glaubwürdig sind
 - ...Gefühle beim Zuhörenden wecken
 - ...mit Geschichten verknüpft sind

Zitate können in einem Vortrag Argumente verstärken oder glaubwürdiger machen. Hier eine kleine, aber breite Auswahl von Zitaten mit Bezug zum Fairen Handel:

„Es wäre nicht erstaunlich, wenn künftige Historiker auf die Fair-Trade-Bewegung als auf ein Laboratorium für die Neugestaltung der Weltökonomie zurückblicken. In der Nische werden da Prinzipien ausprobiert, die eines Tages zu Bausteinen einer zukunftsfähigen Welthandelsordnung werden können.“
Aus „Fair Future“, hrsg. vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie, 2006, S. 151.

„Noch bevor Du diesen Morgen Dein Frühstück beendet hast, bist Du auf die halbe Welt angewiesen.“
Martin Luther King

„In der Werkstatt teilen wir das Geld, das wir verdienen auf, ich habe also mein eigenes Einkommen. Heute sind wir sogar krankenversichert. Es gibt keinen Werkstattbesitzer, der uns sagt, was wir zu tun haben. Früher war ich ein Niemand. Durch TARA habe ich begonnen, über den Wert meiner Arbeit nachzudenken. Ich habe zweierlei gewonnen: Arbeit und Würde.“
Shaista Begum, Perlenstickerin, TARA Projects, Indien

„Die Weltlandwirtschaft könnte problemlos 12 Milliarden Menschen ernähren. Das heißt, ein Kind, das heute an Hunger stirbt, wird ermordet.“
Jean Ziegler, We Feed the World, 2005

„Durch Fairen Handel haben wir neue Möglichkeiten und können unsere Zukunft aktiv gestalten. Wir können Umwelt-, Gesundheits- und Weiterbildungsprojekte ermöglichen. Kinder können ohne Zukunftssorgen zur Schule gehen. Vor allem können wir die Qualität unserer Produkte verbessern. So arbeiten wir für eine bessere Zukunft. Denn der Faire Handel gibt uns Würde und Stolz.“

Ruth Fe Salditos, Vorstandsmitglied bei der Schwesternorganisation Panay Fair Trade Foundation

„Die Fair Trade Bewegung wurde gegründet, um das Verhalten von Konzernen wie Nestlé in Frage zu stellen. Wie kann so ein Unternehmen das Fair Trade Siegel verdienen?“

John Hilary, Direktor der Nichtregierungsorganisation (NGO) War on Want

Aktivierungsinselformen helfen uns beim Vortrag, das Gehörte zu verankern: Hier werden die Teilnehmenden zum Beispiel nach eigenen Anwendungsgebieten gefragt, sollen kleinere Aufgaben lösen oder sich über ihre Sichtweisen austauschen.

- **Handzeichenabfrage:** Als Zwischenfrage im Vortrag um Erfahrungen der Teilnehmenden abzufragen und einzubauen. Solange die Abfrage nicht inflationär eingesetzt wird und die erste Frage so gestellt wird, dass möglichst viele Zuhörende die Hand heben können, kann durch diese Methode schnell und einfach die Gruppe einbezogen und der Vortrag lebendig gestaltet werden.
- **Zurufliste** auf anderem Medium festhalten: Punkte für einen Aspekt durch Zurufe aus der Gruppe am Flipchart sammeln (zum Beispiel die Kriterien des Fairen Handels, lateinamerikanische Produkte aus dem Weltladen, durchgeführte Veranstaltungen im letzten Jahr vom Verein, ...).
- **Murmelgruppe:** 3-5 Minuten Austausch mit Nachbar_innen (2-3 Teilnehmende) zu einem Aspekt des Vortrags. Eigene Meinung, Transfer in die eigene Praxis, Beispiele suchen.
- **„Radio Hamburg“:** Eine Kurzumfrage einiger Teilnehmenden mit erfundenen Mikrofon nach ihrer Meinung oder was sie bei dem Aspekt am wichtigsten finden („Warum engagieren Sie sich im Fairen Handel?“). Gerne etwas inszenieren, um den Spaßfaktor zu heben und keine Redehemmung hervorzurufen.
- **Quiz/Umfrage** in die Runde (zum Beispiel mit Kartenabfrage): Die Teilnehmenden (in zweier Teams) bekommen drei Moderationskarten in verschiedenen Farben und beantworten Multiple-Choice-Fragen, wobei jede Farbe für eine Antwortmöglichkeit (a,b,c) steht. Auch bekannte Quizformate wie „Wer wird Millionär“ lassen sich dafür wunderbar einsetzen.
- **Einprägsame Worte für den Abschluss** wählen: Versucht das Publikum mit dem letzten Satz zum Nachdenken oder zum Lachen zu bringen. Ruft Emotionen bei den Zuhörenden hervor, denn Erlebnisse, die mit Emotionen verknüpft sind bleiben länger im Gedächtnis. Hierbei könnt Ihr auf ein Ereignis aus der Veranstaltung eingehen, noch mal die Erwartungen der Teilnehmenden aufgreifen und abrunden oder auch ein Handout als nützliches Präsent am Ende austeilen.

TIPP

Nützliche Tasten bei PowerPoint Präsentationen:

- Punkt/b (wie black) = Schwarzer Bildschirm (mit der gleichen Taste geht es auch zurück zur Präsentation)
- Komma/w (wie white) = Weißer Bildschirm (wenn der Raum sonst zu dunkel ist, wenn es ein schwarzer Hintergrund ist)
- P = zurück zur vorherigen Folie
- S = eine automatische Präsentation wird gestoppt (mit noch mal S geht es dann weiter)
- F5 = Bildschirmpräsentation starten
- Esc = Bildschirmpräsentation beenden

Nützliche Tipps bei PowerPoint Präsentationen:

- Wenn der Beamer nicht mehr/noch nicht gebraucht wird ausschalten (weil laut & warm)
- Freie Sicht für das Bild lassen und nicht im Bild stehen
- Pro Folie nur eine Hauptaussage und Stichwörter statt ganze Sätze
- Gute Kontraste und gut lesbare Schrift (Schriftgröße mindestens 18 Punkt)
- Meine Folien unterstützen das Gesagte und lenken nicht davon ab

2.2 DISKUTIEREN IN KLEINEN GRUPPEN

Ziel vieler Bildungsveranstaltungen ist, dass sich die Teilnehmenden aktiv beteiligen und über das Seminarthema diskutieren. Doch in der großen Runde trauen sich manchmal nur Wenige, das Wort zu ergreifen. Hier kann eine Kleingruppenmethode helfen. Kleingruppen geben zudem den Teilnehmenden Raum, ihre Kompetenzen und ihr Wissen einzubringen. Und was nicht vergessen werden sollte: Kleingruppenarbeit fördert immer auch Begegnung und Kommunikation – und damit ein lebendiges Lernen.¹³

Kleingruppenarbeit bedeutet auch „Kontrollverlust“. Als Seminarleiter_in bekommt man nicht mehr jedes Gespräch mit, kann nicht alle „falschen“ Argumente entkräften. Der Gewinn durch die verstärkte Beteiligung ist es aber Wert, dieses Risiko einzugehen. Wenn es für das Seminar sehr wichtig ist, dass am Ende alle einen ähnlichen Diskussionsstand haben, können die Ergebnisse im Plenum vorgestellt und ggf. kommentiert werden. Berücksichtigen solltet Ihr bei der Planung, dass für Kleingruppenmethoden meist mehr Platz benötigt wird. Hierfür bieten sich kleine Arbeitsräume oder ggf. ein Foyer an. In einem Raum können die Gespräche der „Nachbargruppe“ stören.

Abhängig von dem Ziel für diese Arbeitsphase gibt es unterschiedliche Methoden, die sich besonders anbieten. Wir stellen im Folgenden einige Methoden vor, die auch kombiniert werden können.

Drei Vorschläge für die Bildung von Kleingruppen:

„Neigungsgruppe“: Für viele Kleingruppenarbeiten ist es hilfreich, wenn sich die Teilnehmenden gut verstehen. In den „Neigungsgruppen“ finden sich die Teilnehmenden selbst zusammen. Es wird nur vorgegeben, wie viele Gruppen mit wie vielen Teilnehmenden gebildet werden.

„Puzzle“: Ihr zerschneidet verschiedene Postkarten und lasst die Teilnehmenden ein Teil ziehen. Nun müssen die Anwesenden die Postkarten wieder zusammensetzen und finden dadurch zu ihrer Kleingruppe.

„Durchzählen“: Um heterogene Gruppen zu bilden, kann man den Teilnehmenden eine aussagekräftige Frage stellen (zum Beispiel „Wie lange engagierst Du Dich schon in der Bildungsarbeit?“) und sie bitten, sich auf einer virtuellen Linie zu positionieren (von „sehr kurz“ bis „sehr lang“). Wenn nun durchgezählt wird (1, 2, 3, ...), befinden sich in jeder Gruppe Personen von dem einen und dem anderen Ende der Linie.

2.2.1 WORLD CAFÉ

Beim World Café soll eine Gruppe von Menschen in einer offenen Atmosphäre intensive Gespräche führen können. Im Rahmen eines Seminars kann diese Methode sehr gut in vereinfachter Form angewandt werden, um Menschen zur Diskussion anzuregen.

- **Was kann die Methode leisten?**
 - Diskussionen in kleinen Gruppen anregen
 - Unterschiedliche Sichtweisen zu einem Thema zusammenführen
 - Eine Fragestellung wird von verschiedenen Kleingruppen diskutiert (manchmal sehr unterschiedliche)
 - Kann in einem Seminar mit 12 bis 500 Teilnehmer_innen angewandt werden
 - Jeder Teilnehmende kann sich frei im Raum und somit in der Themenvielfalt bewegen
- **Das sollte berücksichtigt werden**
 - Das World Café macht Sinn, wenn die Gruppe größer ist. In kleinen Seminaren ist davon abzuraten
- **Vorgehen**
 - Die Teilnehmenden sitzen im Raum verteilt an Tischen. Die Tische sind mit beschreibbaren Papiertischdecken und Eddings ausgestattet
 - Die Seminarleitung erläutert zu Beginn den Ablauf und weist darauf hin, dass an jedem Tisch eine Person die Rolle des/der Gastgeber_in übernehmen sollte. Die Rolle der Gastgeber_innen:
 - a) Moderieren (darauf achten, dass alle zu Wort kommen und dass die Fragestellung diskutiert wird)
 - b) Ergebnisse auf der Tischdecke dokumentieren oder dafür sorgen, dass die Argumente dokumentiert werden
 - An jedem Tisch gibt es eine Fragestellung, die nun diskutiert wird (Zeitrahmen abhängig von der Fragestellung, zum Beispiel 15 Minuten)
 - Nach der ersten Runde suchen sich die Teilnehmenden einen neuen Tisch mit einer neuen Fragestellung
 - Nur der/die „Gastgeber_in“ bleibt am Tisch und berichtet den neuen Teilnehmenden, was an dem Tisch bislang besprochen wurde. Dann arbeiten alle an der Fragestellung weiter, bis es zum nächsten Wechsel kommt. Die Ideen, Themen und Fragen beginnen sich allmählich zu vertiefen und zu verlinken
 - Am Ende präsentieren die Gastgeber_innen ihre Tischdecken dem Plenum (am besten an einer Pinnwand)

2.2.2 SCHREIBGESPRÄCH

Bei einem Schreibgespräch diskutieren die Teilnehmenden schriftlich eine oder mehrere Fragestellungen. Ohne zu sprechen notieren sie ihre Gedanken zu den Themen auf Plakaten.

- **Was kann die Methode leisten?**
 - Die Teilnehmenden sind aufgefordert, sich mit der Fragestellung auseinander zu setzen und ihre Gedanken dazu mitzuteilen
 - Menschen einbeziehen, die sich sonst verbal zurückhalten
 - Das Schreiben verlangsamt die Diskussion; dadurch bessere Möglichkeit, über Argumente nachzudenken
 - Das „schweigende Gespräch“ ermöglicht manchmal neue Perspektiven auf das Thema
- **Das sollte berücksichtigt werden**
 - Die Fragen müssen offen für eine Diskussion sein
 - Alle Teilnehmenden sollten Schreiben können
 - Je nach Anzahl der Fragen ist ein gewisser Platzbedarf notwendig
- **Vorgehen**
 - Es werden mehrere Plakate im Raum aufgehängt oder ausgelegt. Auf jedem Plakat steht jeweils eine Frage oder Aussage, über die diskutiert werden soll
 - Der Ablauf der Schreibdiskussion wird den Teilnehmenden erklärt (Zeit, ...)
 - Die Teilnehmenden gehen herum und schreiben ihre Argumente auf die Plakate. Dabei beziehen sie sich sowohl auf die Ausgangsfrage/-aussage, als auch auf die Argumente der anderen Teilnehmenden, wie bei einer „richtigen Diskussion“
 - Wenn alle Argumente geäußert wurden bzw. die Zeit vorüber ist, wird jedes Plakat kurz vorgestellt und darüber geredet

2.2.3 KUGELLAGER

Die Teilnehmenden sitzen sich in zwei Kreisen gegenüber. Es wird eine Fragestellung für alle formuliert und diese von wechselnden Paaren diskutiert.

- **Was kann die Methode leisten?**

- Die Fragen werden von allen Teilnehmenden diskutiert
- Intensiver Austausch durch Zweier-Gespräch
- Die Methode ermöglicht es, Kritik zu begründen und gezielt nachfragen zu können

- **Das sollte berücksichtigt werden**

- Es gibt keinen Austausch mit mehreren Personen, man kann sich nicht als Gruppe einigen
- Der Geräuschpegel
- Die Räumlichkeit muss groß genug sein für zwei Stuhlkreise
- Unbedingt Thema/Fragestellung visualisieren
- Eine Auswertung der einzelnen Kleindiskussionen ist fast nicht möglich

- **Vorgehen**

- Die Teilnehmenden setzen sich in einen Innen- und einen Außenkreis. Jede Person im Innenkreis hat eine Person im Außenkreis, die sie direkt anschaut
- Das Vorgehen wird kurz erläutert, dann wird die erste Fragestellung durch die Seminarleitung vorgestellt
- Die Paare diskutieren das Thema
- Nach Ablauf der vereinbarten Zeit (je nach Thema 3 bis 8 Minuten) rücken alle Personen im Außenkreis einen Platz weiter (in der gleichen Richtung!) – möglichst rechtzeitig auf den bevorstehenden Wechsel aufmerksam machen
- Das neu gebildete Paar diskutiert die nächste Fragestellung

2.3 MODERATION

Mögliche **Anlässe** für eine Moderation:

- Ladentreffen oder Jahrestreffen im Weltladen moderieren, bei dem unterschiedliche Interessen geklärt werden sollen
- Podiumsdiskussion anmoderieren und hinterher die Diskussion leiten
- Bei einer Filmveranstaltung den Abend eröffnen
- Und viele weitere Veranstaltungen Eures Weltladens

Aufgaben der Moderation

- Diskussion leiten, nicht führen: Diskussion strukturieren, Roten Faden wieder herstellen
- Auf Einhaltung der Zeitvorgaben und der vorher gemeinsam festgelegten Regeln achten
- Konflikte / Meinungsverschiedenheiten transparent machen
- Beiträge visualisieren und Ergebnisse dokumentieren
- Schlüsselbegriffe klären (darauf achten, dass sie geklärt werden)
- Sollte das Thema kennen, muss selber aber kein_e Experte_in sein
- Alle Beiträge annehmen und nicht bewerten
- Eine positive Aufnahme aller Beiträge sichern und für das Weiterverfolgen von Ideen sorgen
- Stimulieren und grundsätzlich alle Teilnehmenden ansprechen
- Auf eine gleichberechtigte Behandlung aller Teilnehmenden achten
- Im Vorfeld überlegen, ob die Fragen gesammelt werden oder direkt beantwortet werden
- Redner_innenliste erstellen

Vorbereitung der Moderation

1. Thema, Aufgabenverteilung und Zielsetzung klären
2. Inhaltliche Einarbeitung: Was ist wichtig beim Thema? Was muss ich wissen? Welche Schwerpunkte lassen sich setzen?
3. Leitfragen überlegen
4. Für den Fall, dass Ihr eine_n Referent_in eingeladen habt und nach dem Vortrag oder Podiumsgespräch keine Fragen kommen: vorab selber Fragen überlegen
5. Material bereitstellen (Kärtchen, Flip-Charts, Pinnwand, Metaplanwand)
6. Tagesordnungspunkte (Pausen eingeschlossen), mit Zeitangaben für alle ersichtlich anschreiben

Methoden für die Moderation

Wenn Diskussionen in einer Gruppe (zum Beispiel Ladentreffen) sich im Kreis bewegen oder Fronten sich verhärten, können einige Methoden zu einer Klärung beitragen oder wieder an den Roten Faden erinnern:

- Vereinbarungen vorher festhalten und daran erinnern (Redezeit, ausreden lassen, Ich-Botschaften, ...)
- Blitzlicht (über die gerade anstehende Problematik), bei dem alle Teilnehmenden die Gelegenheit haben, ihre Meinung zu äußern
- Zurufliste auf Metaplanwand (siehe Vortrag)
- Kartenabfrage (jede_r füllt seine Karte selber aus und pinnt sie an)
- Mindmap (veranschaulicht Ideen, Zusammenhänge, begriffliche Strukturen und kann einzeln oder in Kleingruppen angefertigt werden)

Hinweise für die **Anmoderation von Vorträgen**

- Nicht den Vortrag ersetzen (zeitlich im Rahmen halten)
- Nicht zu viel vorweg nehmen, aber Neugier auf das was/wer kommt machen (mit einer rhetorischen Frage oder einer vagen und Neugierde schaffende Ankündigung)
- Was ist der Nutzen fürs Publikum, womit weckt Ihr das Interesse? Ein aktueller Bezug zur Situation der Teilnehmenden oder eine spannend formulierte Frage erzeugt Interesse und stellt eine Verbindung zu den Zuhörenden her
- Den/die Vortragenden zum Helden machen ohne zu übertreiben. Was zeichnet sie für dieses Thema aus? Auch eine persönliche Verbindung schafft ein Interesse
- Kurz organisatorische Hinweise zur Länge des Vortrages, Handhabung von Fragen oder einem möglichen Handout geben (nur wenn nötig). Wichtig ist in jedem Fall der Einsatz des Namens. Selbst wenn der/die Redner_in bekannt ist (weil ausgeschrieben) kündigt ihn als Überraschung an. Anfangs anonym von ihm/ihr sprechen: „Unsere heutige Rednerin“ oder „er“. Der Name des Vortragenden fällt laut und deutlich ganz zum Schluss (Spannungsauflösung)!
- Bezug zum Weltladen, Eurer Arbeit, kurz etwas Werbung nicht unterschlagen (aber auch nicht ausufern), auf Materialien, Spendendosen, Probieraktionen am Eingang hinweisen

2.4 GANZ GROSSES KINO: DER EINSATZ VON FILMEN IN DER BILDUNGSARBEIT

Welche Filme gibt es: (im Serviceteil findet Ihr eine Auflistung einiger Beispiele)

- Produkt-/ProduzentInnenfilme von den Importorganisationen oder der Siegelinitiative
- Kampagnenfilm vom Weltladen-Dachverband oder anderen Organisationen (Make fruit fair!, Oxfam,...)
- Dokumentationen, Reportagen, Berichte über den Fairen Handel
- Kurzfilme vom Wettbewerb Rec-A&Fair des Forum Fairer Handel
- Kinofilme zu unseren Themen (zum Beispiel „Zukunft säen-...“, „We feed the world“)

Mögliche **Anlässe** für den Einsatz von Filmen:

- Eine aktuelle Fernseh-Dokumentation stellt viele Fragen an den Fairen Handel – beim Ladentreffen wird der Umgang mit den Fragen (die auch von Kund_innen kommen) diskutiert und prägnante Ausschnitte aus der Dokumentation gezeigt
- Produzent_innen-Realität soll bei einer Vortragsveranstaltung zum Beispiel zu Bananen aufgezeigt werden
- Diskussionsanregung nach einem Vortrag mit einem witzigen/provokanten Kurzfilm

TIPP*Tipps zum Einsatz von Filmen:*

- Videos kritisch auswählen – sie müssen passen: Aktualität, Bezug zum Thema, Qualität etc. sonst wird das Medium, mit dem man die eigene Veranstaltung aufpeppen wollte, zum Bumerang.
- Auch hier gilt: nicht zu lange am Stück (es sei denn es ist ein Filmabend) – sonst eher Beiträge von etwa 10-15 Minuten auswählen.
- Die Zuschauenden nicht zum „falschen Zeitpunkt“ aktivieren wollen: Die passive Gemütlichkeit des Filmschauens sollte bei manchen Seminaren mit Aktivierungsversuchen durchbrochen werden (zum Beispiel: Film stoppen und Ende selber überlegen oder eigene Reaktion in der Situation reflektieren) – aber manchmal gelingt der Umschwung von „Informationen aufnehmen“ zum kreativen Produktionsmodus nicht so abrupt und es kommt eher Frust auf, weil die Unterbrechung künstlich und nicht selbstbestimmt wirkt.

Mögliche methodisch-didaktische Aufbereitungen:

- Meinungsbarometer zu Positionen im Film
- Murmelgruppen nach dem Film zu ersten Eindrücken, für Transferideen,...
- Blitzlichttrunde nach dem Film über Eindrücke (was war neu, was hat beeindruckt, wo sind noch Fragen)
- Mindmap/stumme Diskussion an vorbereiteten Plakaten in Kleingruppen (zu Thesen im Film oder anschließende Fragestellungen für unsere Praxis)

TIPP*Rechtliches*

- Wichtige Unterscheidungskriterien betreffen die Fragen, ob die Veranstaltung kommerziell oder nicht-kommerziell ist: Bei ersterem braucht Ihr immer alle Lizenzen und Rechte (nicht-kommerziell ist in jedem Fall einfacher).
- Ist die Veranstaltung öffentlich oder nicht-öffentlich (geschlossene Gruppe): Bei ersterem braucht Ihr alle Lizenzen und Rechte, zumal Ihr für die Veranstaltung werben wollt und den Titel in der Zeitung angebt oder im Internet darauf hinweist.
- Abspeichern oder online abspielen von Videos: Bei youtube-Videos ist es eine rechtliche Eingrenzung – letzteres ist in nicht-öffentlichen Veranstaltungen erlaubt (youtube zahlt GEMA-Gebühren für die Videos).
- Es dürfen für nicht-öffentliche Veranstaltungen kleine Teile (12 %, Filmausschnitt max. 5 Minuten) oder Werke geringen Umfangs (max. 5 Minuten) gezeigt werden ohne eine Lizenz haben zu müssen.
- Am einfachsten ist es, Filme bei Medienzentralen oder Landesfilmdiensten auszuleihen. Dort sind Lizenzen und Rechte für nicht-kommerzielle Veranstaltungen abgedeckt (zum Beispiel **www.ezef.de**).
- Frei zugängliche Filme über **www.wiki.creativecommons.org** schauen.
- Der Erwerb der benötigten Rechte bei Fernseh-Dokumentationen (z.B. die Arte-Dokumentation „Der faire Handel auf dem Prüfstand“) ist sehr kostspielig und zeitaufwendig. Bei Fernseh- und Hörfunkproduktionen verwalten die Rundfunkanstalten die Rechte ihrer Mitarbeiter_innen selbst. Man muss mit einem Minutenpreis bei einem Fernsehbeitrag von mindestens 50 € rechnen; hinzu kommen Material- und Bearbeitungskosten. Für einen einmaligen Einsatz lohnt sich das oft kaum.
- Fragen beantworten auch die einzelnen Medienzentren oder Landesfilmdienststellen, wie z.B. **www.medienzentrum-rheingau-taunus.de** → Verleihbedingungen → Alles, was Recht ist...

3 STOLPERSTEINE IN DER BILDUNGSARBEIT ZU ENTWICKLUNGSPOLITISCHEN THEMEN

In der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit aber auch im beruflichen und privaten Alltag sind wir immer wieder mit rassistischen, eurozentristischen, sexistischen und kulturalisierenden Aussagen und Handlungen konfrontiert, derer wir uns oftmals nicht bewusst sind. Auch der Faire Handel ist davor nicht gefeit. In unserer Bildungsarbeit sollten wir diskriminierende Äußerungen oder Visualisierungen vermeiden. Die folgende Checkliste¹⁴, dient zur Unterstützung, um eigene Veranstaltungen hinsichtlich dieser Punkte zu analysieren. Erst wenn wir die rassistischen, eurozentristischen, sexistischen oder kulturalisierenden Elemente in Materialien und sozialen Interaktionen erkannt und analysiert haben, können wir in einem zweiten Schritt auch bewusst mit ihnen umgehen und alternative Handlungsmöglichkeiten entwickeln.

Bewusster Umgang mit Begrifflichkeiten

- Begriffe sind nie wertneutral und immer wirkmächtig!
- Welche zentralen Begriffe werden (womöglich unhinterfragt) verwendet und was genau bedeuten sie? Welche Wertungen und Tendenzen schwingen in ihnen mit? Werden Aussagen getroffen, die nicht begründet sind?
- Achtung vor Zuschreibungen, wie: „die Menschen im Land X sind ...“ und Begriffen wie „Stamm“ sowie kolonialen Begrifflichkeiten wie etwa entdecken, zivilisieren, Wilde, Fremde.
- Begrifflichkeiten vermeiden, die darauf hindeuten, dass sich Länder oder Kulturen in eine bestimmte Richtung entwickeln sollen. Sehr leicht schleicht sich ein ‚noch‘ ein und legt die Vermutung nahe, dass in bestimmten Erdteilen jemand noch etwas erreichen muss – oft etwas, das ‚wir‘ schon haben.

Orte und Individuen

- Konkrete Regionen, Länder, Städte etc. als Bezug wählen, Kontinente (zum Beispiel Afrika) als Bezugsgröße vermeiden.
- Personen so individuell darstellen, wie sie es auch sind (Stereotype vermeiden, eine Einzelperson nicht als Beispiel für ein ganzes Land oder einen ganzen Kontinent darstellen).
- Respektvoll mit kulturellen, lokalen, politischen, religiösen Unterschieden und Sichtweisen umgehen und diese Diversität darstellen.

Fokus auf Gemeinsamkeiten legen

- Eigenes im Fremden finden, zum Beispiel Alltag von Produzent_innen oder die Wohnsituation hier und da.
- Eigene kulturspezifische Eigenheiten beachten und ebenfalls ansprechen.
- Keine Kulturalisierung sondern globale Zusammenhänge betrachten.
- Bei der Darstellung von Problemen immer den globalen Zusammenhang aufzeigen. Dabei sowohl auf die Verantwortung des Globalen Nordens als auch des Globalen Südens aufmerksam machen, zum Beispiel Fleischexporte der EU, Grundwasserspiegelabsenkung durch Weltkonzerne wie Coca Cola.

Perspektiven umdrehen bzw. ändern

Zum Beispiel Konzept von Entwicklungsländern und (entwickelten) Industrieländern in Frage stellen: Wer entwickelt eigentlich wen und wer ist entwickelt? Partnerschaftliche Darstellung wählen, Objektivierungen und Mitleid vermeiden.

Menschen in Darstellungen eine Stimme geben:

- Interviews, Zitate, eigene Texte und Schriften sind viel ehrlicher und weniger gefährdet von uns falsch verstanden zu werden.

¹⁴ Erarbeitet vom Verein !ebasa e.V., vollständige Liste in „Kultur Global Lernen“ unter www.ebasa.org

- Menschen wertneutral, respektvoll und wertschätzend darstellen.
- Persönlichkeitsrechte wahren.
- Name, Orte, Details wahrheitsgetreu angeben, um Erlaubnis für die Veröffentlichung der Informationen bitten.
- Gäste einladen, die nicht nur Quoten erfüllen sollen, sondern Raum haben, ihre Perspektive aufzuzeigen.

4 CHECKLISTE ZUR VERANSTALTUNGSVORBEREITUNG

Erste Schritte zur Planung einer Veranstaltung

- Ziel definieren
- Inhaltliche und pädagogische Planung
 - Referent_in gewinnen oder Filmverleih organisieren
 - Ggf. methodische Planung des Ablaufs, Gewinnung einer Moderation
- Welche Zielgruppen möchte ich erreichen? (Wichtig für Methodenwahl und „Werbung“)
- Kooperationen
 - Gibt es in der Region Kooperationspartner, die mich bei der Veranstaltung unterstützen würden?
Mögliche Kooperationsfelder: Finanzielle Unterstützung, Referent_innen stellen, Raum überlassen, die Veranstaltung bewerben, etc.
 - Potentielle Kooperationspartner frühzeitig ansprechen, da sie ggf. in die Planung mit einbezogen werden wollen – und sicher auf den Werbematerialien genannt werden möchten
 - Mögliche Kooperationspartner für Vorträge, Filmvorführungen, etc.: Andere (entwicklungs-)politische Organisationen, Kirchengemeinden, Volkshochschule, Kino, lokale Zeitung, Agenda-Büro, Umweltamt oder andere städtische Einrichtungen, Verbraucherzentrale etc.
- Finanzierung: Benötige ich finanzielle Unterstützung zum Beispiel für Honorar oder Werbung?
 - Gibt es Kooperationspartner mit finanziellen Ressourcen?
 - Kann ich Sponsoren gewinnen? (ggf. für Sachleistungen wie Druck oder Layout)
 - Muss ich einen Förderantrag stellen? (Fristen beachten!)
- Werbung
 - Lohnt es sich, Handzettel und/oder Plakate zu erstellen?
Wenn ja: Brauche ich professionell erstellte Materialien, um meine Zielgruppe zu erreichen?
 - Wer schreibt die Pressemitteilung und wer hat einen umfangreichen Presseverteiler?
(Beachten: kostenlose Regionalblätter haben oft ihren Redaktionsschluss 7-10 Tage vor Erscheinung)
 - Gibt es regionale Terminkalender, die meine Veranstaltung ankündigen würden?
 - Habe ich Möglichkeiten, meine Zielgruppen über soziale Netzwerke zu erreichen?
- Barrierefreiheit
 - Ist der Veranstaltungsort barrierefrei?
 - Kann ich Barrierefreiheit in anderen Bereichen gewährleisten (Unterstützung für Menschen mit einer Sehbehinderung, Übersetzungen etc.)?
 - Weitere Informationen für eine barrierefreie Veranstaltung findet Ihr im Intranet des Weltladen-Dachverbandes

Direkt vor der Veranstaltung

- Räumliche Vorbereitung
 - Ich kenne den/die lokale Ansprechpartner_in, um in den Raum zu kommen und meine Materialwünsche dort im Vorfeld abzusprechen
 - Anzahl und Anordnung der Stühle ist festgelegt, Ersatzstühle sind bereit
 - Akustik und Lichtverhältnisse sind getestet, gute Sicht von allen Plätzen
 - Hinweisschilder und Wegweiser sind angebracht
 - Willkommen heißende Atmosphäre (Dekoration, Büchertisch,..)
 - Ablaufplan auf Poster bringen, Begrüßungsplakat aufhängen

- Garderobe ist vorhanden oder an Alternative gedacht
- Der Raum hat eine angenehme Temperatur (Regelung überprüft oder Zuständigen erfragt) und ich habe vorher gelüftet
- Versorgung mit Getränken für die Referent_innen organisiert
- Versorgung mit Pausengetränken für Teilnehmer_innen organisiert (wenn erwünscht)
- Snacks bei etwas längeren Veranstaltungen sind organisiert (nicht nur Wurstbrote – auch an beispielsweise vegetarische/vegane Essgewohnheiten denken)
- Liegen alle meine Unterlagen für die gesamte Veranstaltung bereit, damit ich nicht zwischendurch etwas suchen muss
- Material und Medien
 - Moderationskoffer
 - Ist die technische Ausstattung für meine Methoden vorhanden?
 - Laptop, Beamer, Beamerwand, USB-Stick, Boxen, Musik, Internet
 - Auch Verlängerungskabel, Mehrfachsteckdosen, Abstelltisch
 - Ich kann professionell mit dem Medium umgehen bzw. habe eine_n Ansprechpartner_in für die Technik
 - Alle Medien wurden im Voraus getestet
 - Kamera zu Dokumentationszwecken
 - Flipchart, Pinnwand,...
 - Schmierpapier und Stift
 - Bücher, Broschüren zum Auslegen (als Anregung beim Pausenschmökern)
 - ggf. Handout mit Literatur, Zusammenfassungen, ...
 - Filme und Spiele (zur Auflockerung)
 - Uhr (nicht Handy)
 - Teilnehmendenliste zum Unterschreiben um Veranstaltung im Nachhinein dokumentieren zu können
- Inhaltlich
 - ZZIMM-Tabelle (siehe Anhang) bzw. eigene Checkliste durchgehen
 - Ich habe einen guten Anfang und die ersten Sätze kann ich im Schlaf aufsagen
 - Schwierige Übergänge habe ich trainiert
 - Die Aussprache schwieriger Wörter habe ich geübt
 - Die Namen von Personen, die im Vortrag vorkommen/die ich ankündige, kann ich ohne Stocken aufsagen, die Kooperationspartner/Finanziers werden vollständig erwähnt
- Nach der Veranstaltung
 - Direkt nach der Veranstaltung noch für Fragen vor Ort sein
 - Aufräumen (wenn möglich noch mit mehr Leuten)
 - Schlüsselübergabe vom Raum
 - (Foto-)Dokumentation der Ergebnisse
 - Feedback auswerten: Was lief gut/nicht so gut? (am besten im Team)
 - evtl. Nachmail an Teilnehmende (versprochene Materialien/Nachträge schicken, Termine...)

5 MATERIALIEN, HINTERGRÜNDE, TIPPS

Es gibt wenige Bildungsmaterialien, die sich explizit an Erwachsene richten. In vielen Fällen können Materialien, die sich an ältere Jugendliche richten, genutzt bzw. adaptiert werden. Daneben stehen Ausstellungen, Präsentationen oder Filme zur Verfügung.

Hier einige bewährte Materialien, die mit Erwachsenen eingesetzt werden können:

- **Weltladen-Dachverband e.V.**, 2014: „Grundkurs Weltladen“.
- **Weltladen-Dachverband e.V.:** Globale Gerechtigkeit. Ein Lernzirkel für die 10. Klasse, Sekundarstufe II aller Schulformen und Erwachsenenbildung
- **attac:** Fairtrade. Bildungsbaustein 10 (im Internet verfügbar) mit einem Planspiel zum Fairen Handel
- **epiz Berlin:** Tools and Materials Box. Globales Lernen in der Beruflichen Bildung an den Beispielen Fairer Handel und Arbeitsstandards. Bezug: online, epiz-berlin.de

Präsentationen:

- Der Faire Handel in Deutschland - Präsentation des Forum Fairer Handel. Das pdf-Dokument findet sich unter **www.fairer-handel.de**. Die PowerPoint-Präsentation kann über **info@forum-fairer-handel.de** angefordert werden.
- Präsentation von Brot für die Welt
Verfügbar im Internet unter **www.brot-fuer-die-welt.de**

Filme:

- Im Rahmen des Projektes WissensWerte produziert, publiziert und verbreitet /e-politik.de e.V. eine Reihe von Animationsclips zu politischen Themen: **www.e-politik.de** → WissensWerte
- Mit offenen Karten – ARTE Dokumentationen zu verschiedenen Themen:
www.bpb.de → Mediathek → Mit offenen Karten
- Diese Filme sind über youtube oder den jeweiligen Homepages einfach zu finden:
 - Agraprofit (5:29 Minuten)
 - Die Rechnung (4:20 Minuten)
 - Die (fast) nackte Wahrheit über Schweizer Uniformen (1:11 Minuten)
 - REC A&Fair: Fairtrade Kinderleicht (dingsda) und andere
 - Das krumme Geschäft mit Bananen (1:25 Minuten)
 - Jenseits des Wachstums: Der unmögliche Hamster (1:09 Minuten)
 - Schön!Färber! (2:40 Minuten)
 - WEED: Nahrungsmittelspekulation (7:30 Minuten)
 - WissensWerte: Welthandel (7:50 Minuten)
 - First as tragedy, than as farce (Zlavož Zizek) (11 Minuten)
 - Story of Stuff und Story of Change

Hintergrundinformationen zum Fairen Handel - Grundlagenpapiere des Fairen Handels:

- FINE Grundlagenpapier, 2001 (Definition des Fairen Handels): **www.forum-fairer-handel.de**
- Grundsatzcharta für den Fairen Handel, WFTO und FLO, 2009: **www.forum-fairer-handel.de**
- WFTO, 10 Principles of Fair Trade 2009/2013:
www.wfto.com → About Fair Trade → 10 Principles of Fair Trade
- Konvention der Weltläden: **www.weltladen.de** → Für Weltläden → Kriterien für Weltläden (Konvention)
- Forum Fairer Handel (Hg.): 100% fair. Der Faire Handel in Deutschland. Grundsätze. Wirkungen. Akteure. 3. Auflage, Berlin 2014. Bezug über das Forum Fairer Handel. Download unter:
www.forum-fairer-handel.de
- Forum Fairer Handel (Hg.): Fairer Handel in der Wertschöpfungskette. Veranstaltungsdokumentation. Berlin 2013. Download unter: **www.forum-fairer-handel.de**
- Forum Fairer Handel: Einordnung der Fair-Handels-Zertifizierungen von Naturland, IMO und Ecocert. September 2012. Download unter: **www.forum-fairer-handel.de**
- Paulsen, Olaf: Vergleich verschiedener Fair Trade Zertifizierungssysteme: Fairtrade, Naturland Fair, IMO - Fair for Life und Ecocert Fair Trade – Endbericht. 2012. Download unter: **www.forum-fairer-handel.de**
- Annex zum Vergleich unterschiedlicher Fair Trade Zertifizierungssysteme Übersichtstabelle. Download unter: **www.forum-fairer-handel.de**
- Forum Fairer Handel (Hg.): Die Wirkungen des Fairen Handels. Überarbeitete Auflage 2011. Download unter: **www.forum-fairer-handel.de**
- DAWs (Hg.): Fair Trade Facts & Figures. A Success story for Producers and Consumers. 2011. Download möglich unter: **www.wfto.com** → Downloads, Library & Links → Public → Marketing Downloads → Trends, Facts and Figures

6 LITERATURVERZEICHNIS

Publikationen, die wir Euch zur weiteren Lektüre empfehlen können, sind **fett** gedruckt.

1 Grundlagen für gute Erwachsenenbildung

- Bastian, Hannelore / Meisel, Klaus / Nuissl, Ekkehard / von Rein, Antje (2004): Kursleitung an Volkshochschulen. 2., überarb. und aktual. Auflage. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag **[ist online kostenlos verfügbar]**
- **Hufer, Klaus-Peter (2009): Erwachsenenbildung. Eine Einführung. Schwalbach/Ts.: Wochenschau Verlag**
- **Nuissl, Ekkehard / Siebert, Horst (2013): Lehren an der VHS. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag**
- Ruddies, Günther (1991): Erfolgreiche Erwachsenenbildung. Villingen-Schwenningen: Neckar-Verlag
- Schlutz, Erhard (2006): Bildungsdienstleistungen und Angebotsentwicklung. Münster: Waxmann
- Siebert, Horst (2003): Didaktisches Handeln in der Erwachsenenbildung.: Didaktik aus konstruktivistischer Sicht. Neuwied: Luchterhand

2.1 Vortrags-ABC und 2.3 Moderation

- **Siebert, Horst (2010): Methoden für die Bildungsarbeit. Leitfaden für aktivierendes Lehren. Bielefeld: Bertelsmann (4. aktualisierte Auflage)**
- **Weidenmann, Bernd (2011): Erfolgreiche Kurse und Seminare. Professionelles Lernen mit Erwachsenen. Weinheim und Basel: Beltz (8. überarbeitete Auflage)**
- **Lipp, Ulrich (2008): 100 Tipps für Training und Seminar. Weinheim und Basel: Beltz**

2.2 Methoden

- Knoll, Jörg (1993): Kleingruppenmethoden. Basel: Beltz

2.2.1 World Café

- MODERATIO (o. J.): Das MODERATIO-„World Café“ [online, Stand 10.10.2013] www.moderation.com/notizen/12_World-Cafe.pdf
- Netzwerk Gemeinsinn (2009): World Café (Change Tool 3) [online, Stand 10.10.2013] <http://www.netzwerk-gemeinsinn.net/content/view/484/46/>
- BLK-Modellversuch „Schulleben und Unterricht demokratisch gestalten“ (o. J.): Ideensammlung, Gruppenarbeit, Konkretisierung. The World Café. Sächsisches Staatsinstitut für Bildung und Schulentwicklung. [online, Stand 10.10.2013] http://www.sn.schule.de/~sud/methodenkompendium/module/ansatz2/3_5_2.htm
- Wikipedia: World-Café [online, Stand 10.10.2013] <http://de.wikipedia.org/wiki/World-Café>

2.2.2 Schreibgespräch

- Kandler, Maya (2005): Tipps zur Seminar-Vorbereitung [online: 10.10.2013] <https://www.yumpu.com/de/document/view/19486224/methoden-sammlung-f-seminar>

2.2.3 Kugellager

- Arbeitsgruppe Hochschuldidaktischer Weiterbildung an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg (2000). Besser Lehren. Methodensammlung (Heft 2). Weinheim: Beltz
- Peterßen, Wilhelm (2001): Kleines Methoden-Lexikon. München: Oldenburg

2.4 Stolpersteine

- Publikation auf der Seite von: www.ebasa.org. <http://www.ebasa.org/ebasa/aktuelles/einzelansicht/article/dokumentation-der-fortbildung-jetzt-online.html>

7 ZZIMM-TABELLE ZUR PLANUNG VON VERANSTALTUNGEN

Seminar & Thema:					
Datum & Zeit:					
Zielgruppe:					
Was sollen die Teilnehmenden lernen:					
Zeit	Ziel	Inhalt	Methode	Material	Wer