

Live Webinar | 28.05.2024

# Ethische Visuals für nachhaltige Fundraising-Kampagnen

## Sprecher:innen:

Jörg Arnold, Co-Founder Fairpicture

Gioia Mathis, Junior Campaign Manager at RaiseNow

Tamara Reinhard, Senior Product Manager Individual Giving at RaiseNow



# Agenda

- Einführung
- Vorstellung Fairpicture
- Schwierigkeiten im Fundraising
- Ethische visuelle Kommunikation
- Fazit
- Teste deine Bilder
- Fragen?

 1 ^  
Participants

 ^  
Share Screen

  
Polls

  
Record

  
Q&A

 ^  
Reactions

  
Apps

 ^  
Whiteboards

  
More



**Gioia Mathis**  
Junior Campaign  
Manager at RaiseNow



**Jörg Arnold**  
Co-Founder Fairpicture



**Tamara Reinhard**  
Senior Product Manager  
Individual Giving at  
RaiseNow

# Fairpicture in a Nutshell

Möglichkeiten für deine Organisation

# Fairpicture in a Nutshell

# fairpicture



## Fair Custom Content

Foto- und Videoproduktionen von lokalen Bildschaffenden



## Fair Consent App

Einfaches, datenschutzkonformes Einholen der Einverständniserklärung



## Fair Training & Strategy

Beratung und Schulung zum fairen Bild und zu ethischer Kommunikation

Womit hast du am meisten Schwierigkeiten?



Besuche [menti.com](https://www.menti.com) und benutze  
den Code: **6282 5741**

<https://www.menti.com/alrww8cfhcc7>



# Herausforderungen

## MARKT

- Verdrängungsmarkt
- Mindestens stagnierend

## SÄTTIGUNG

- Folgen der Professionalisierung in einem «Markt der Gefühle»

## ETHIK

- Anforderungen werden grösser
- Rechte von Betroffenen
- Rechte von Spender:innen



**Dipo Faloyin**  
*Schriftsteller/Journalist*

Fundraising im Kontext Afrika braucht **«eine Verpflichtung, die Krise zu verstehen»**

anstelle von

**«kollektiver Ignoranz»**, die durch  
simplifizierende Bilder aufrechterhalten wird.

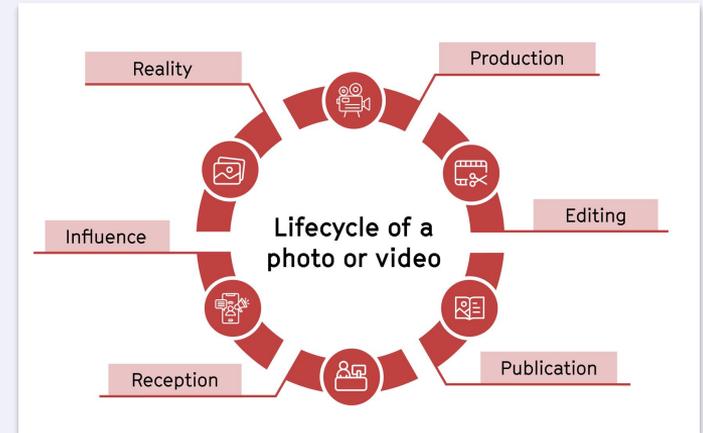
# Grundprinzipien

- Würde
- Sicherheit
- Kontext
- Datenschutz
- Qualität
- faire Arbeitsbedingungen
- «green production»



# Do's visuelle Kommunikation

- Ermächtigung der porträtierten Person
- Kulturelle Sensibilität
- Sich um Vielfalt und Einbeziehung bemühen
- Rechte und Einverständnis
- Stereotypen vermeiden
- Verschiedene Standpunkte zeigen
- Auf Machtdynamiken achten und Bevormundung vermeiden



# Beispiele für visuelle Kommunikation



## **Der Kontext:**

Nofisa Khatun, 55, bei der nur 17 Tage nach ihrer Gebärmuttertumor-Operation eine Fistel diagnostiziert wurde, nimmt an einem Hinterhof-Treffen mit Frauen aus der Nachbarschaft teil, um die Themen Kinderheirat und Fistelprävention zu diskutieren. Sie arbeitet als CFA (Community Fistula Advocate). Sie sagt: "Wenn jemand wieder gesund wird, wird er für mich beten; ich bin auch geheilt, und Allah könnte mir durch ihre Gebete seine Liebe zeigen. Ich werde diese Arbeit trotz meiner eigenen Probleme fortsetzen."

# Beispiele für visuelle Kommunikation



## **Der Kontext:**

Frauen in Amdout, Chad, bei einer „partizipativen Gemeinschaftsdiagnose“. Bei diesen Treffen werden evaluiert, mit welchen Schwierigkeiten die Bevölkerung konfrontiert ist, insbesondere die Frauen. Alle Antworten und Fragen werden von den Verantwortlichen festgehalten, damit WHI einen Fahrplan erstellen kann, um diese Region wirksam zu unterstützen. Amné Ahmat, eine der Frauen in der Gruppe, hebt die Hand, um eine Frage zu stellen.

# Beispiele für visuelle Kommunikation



## **Der Kontext:**

Zara Daoud ist die Hebamme des Gesundheitszentrums von Rimel , dessen Entbindungsstation gerade eingeweiht wurde. Da es nun eine Fachkraft in der Region gibt, gehen die schwangeren Frauen zur Schwangerschaftsberatung. Fatim  Malik, Mutter von sechs Kindern, ist zur Schwangerschaftsvorsorge gekommen, weil sie bald ihr siebtes Kind zur Welt bringen wird.

# Dont's visuelle Kommunikation

- Symbolbilder
- Extreme Gewalt oder Armut
- Handlungsunfähige Opfer
- Schuldzuweisung
- Eigene Vorstellung der Realität bestätigen vermeiden
- Romantisierung
- Exotisierung
- Macht: von oben herab
- Reproduktion von kolonialen Mustern
- (übermässiges) Mitleid erzeugen
- Bildmanipulation



# Takeaways

## Co-Kreation überlegen:

- Einbezug von Service Users (=«Begünstigte»)

## Rechte der Fotografierten respektieren

- Consent/Einverständnis
- Recht am eigenen Bild

## Kontext der Story transparent machen

- keine Symbolbilder nutzen
- Authentizität
- Zeitnähe

## Lifecycle eines Bildes einbeziehen

- Sicherheit, Rechte
- Kontext, Wirkung



## 2 Give Aways für euch!

Teste deine Bilder:

[Image Ethics Analyzer](#)

Führe eine Risikoanalyse durch:

[Riskassessment](#)

fairpicture



Vielen Dank für eure Aufmerksamkeit!



**Kontakt**

raisenow.com

[embedded-giving@raisenow.com](mailto:embedded-giving@raisenow.com)

[Termin vereinbaren](#)

fairpicture

**Kontakt**

fairpicture.org

[arnold@fairpicture.org](mailto:arnold@fairpicture.org)

[Termin vereinbaren](#)

Steigere deine Fundraising Ergebnisse  
mit fairpicture!

The logo for RaiseNow, featuring a red circle partially overlapping the letter 'a' in 'Now'.

**RaiseNow**

The logo for fairpicture, with the word 'fairpicture' in a red, lowercase, sans-serif font.

fairpicture