



Kerstin Gröger  
Simone Kiebler  
Jörg Probst

# LebensBilder

Hilfsorganisationen über  
Flucht und Migration im Bild

Eine Umfrage.

**neue ideengeschichtliche politikforschung**

Hg.: Thomas Noetzel, Jörg Probst

Kerstin Gröger

Simone Kiebler

Jörg Probst

# **LebensBilder**

Hilfsorganisationen über  
Flucht und Migration im Bild

Eine Umfrage.



**„neue ideengeschichtliche politikforschung – nip“** ist eine interdisziplinär angelegte Schriftenreihe am Lehrstuhl für Politische Theorie und Ideengeschichte des Instituts für Politikwissenschaft der Philipps-Universität Marburg.

Die Reihe versammelt vorrangig Studien, deren Fragestellung und Gegenstand das fächer- und medienübergreifende Potential ideengeschichtlicher Forschung verdeutlichen. Politische Themen finden besondere Berücksichtigung. Essays dieses Formats können von Wissenschaftlern aller Fachbereiche bei **nip** veröffentlicht werden.

Absolventen aller Fachbereiche können ihre sehr gute ideengeschichtliche Abschlussarbeit in geeigneter Form bei **nip** monographisch publizieren.

## **Inhalt**

**Aktion Deutschland Hilft e.V.** – Hannah Pütz **7**

**Caritas international** – Stefanie Santo **9**

**Deutsches Rotes Kreuz e.V.** – Annette Samaras **31**

**Sea-Watch e.V.** – Fabian Melber **40**

**UNHCR** – Martin Rentsch **48**

**English Version** **55**

## **Editorische Notiz der Herausgeber**

„Menschenrechte verschwinden!“ - konstatiert die Flüchtlingshilfeorganisation Pro Asyl e.V. mit Blick auf die in Europa und weltweit sich ausbreitende nationale Abschottung als zweifelhafte Migrationspolitik. Gegen diese politische Tendenz gerichtet, haben zivilgesellschaftliche Hilfsorganisationen einen entscheidenden Anteil daran, dass Menschenrechtsverletzungen weiterhin aufgedeckt werden und Menschenrechte auf nationaler und internationaler Ebene politische Standards bleiben.

Gegen das Verschwinden von Menschenrechten sind Menschenrechtsorganisationen ein Korrektiv schon durch das Veröffentlichen von Bildern. Diese Aufgabe ist in der jüngeren europäischen Geschichte immer wieder angemahnt worden. So hatte der französische Historiker und Essayist Paul Hazard kurz nach dem Ende des 2. Weltkrieges bemerkt, dass die Wirksamkeit von Menschenrechten als globalpolitische Verantwortlichkeit bereits mit der Weckung eines „Gefüls für die Menschheit“ beginnt. Durch ihre Arbeit mit Bildern im Rahmen von Spendenaufrufen oder Informationsmaterialien stellen sich Hilfsorganisationen auch dieser elementaren Aufgabe.

In Anbetracht der weltweit sich ausbreitenden nationalen und nationalistischen Abschottungspolitik und der Instrumentalisierung von Fotodokumentationen des Flüchtlingselends zum Zweck der Abschreckung von Flüchtenden hat sich die elementare Aufgabe der „Weckung des Gefüls für die Menschheit“ offenbar erneut gestellt.

Vor diesem Hintergrund hat das Forschungsprojekt „Bild und Flucht. Globalpolitische nonverbale Kommunikation“ der Geflüchtetenhilfe-Initiative „IdeenBotschafter!“ von Portal Ideengeschichte/Philipps-Universität Marburg eine Reihe von Hilfsorganisationen zu einer Umfrage eingeladen. Die Fragen richteten sich auf Ikons der Bildgeschichte der „Flüchtlingskrise“ und auf Veränderungen in der Bildarbeit der Organisationen vor und nach dem Höhepunkt der „Flüchtlingskrise“ 2015/16.

## Aktion Deutschland Hilft e.V. – Hanna Pütz

Aktion Deutschland Hilft ist ein Zusammenschluss deutscher Hilfsorganisationen, die im Falle großer Katastrophen und Notsituationen im Ausland gemeinsam schnelle und effektive Hilfe leisten. Die beteiligten Organisationen führen ihre langjährige Erfahrung in der humanitären Auslandshilfe zusammen, um so die bisherige erfolgreiche Arbeit noch zu optimieren.

*Welches von Aktion Deutschland Hilft e.V. veröffentlichte Bild zum Thema „Flucht und Migration“ seit 2015 würden Sie besonders hervorheben und warum?*

Unser Kampagnenfoto (**Abb. ADh/1**). Das Foto zeigt das Leid und die Trauer der Menschen, die ihre Heimat verlassen mussten und die alles verloren haben. Gleichzeitig ist es ein Bild, das sehr viel menschliche Wärme und Zusammenhalt zeigt. Der Vater hält sein kleines Kind vorsichtig und geborgen in seinen Armen. Sie haben zumindest sich nicht verloren. Außerdem würden wir das Bild hervorheben, weil es eine authentische Momentaufnahme ist – menschlich und ehrlich.

# Aktion Deutschland Hilft e.V.



Millionen Menschen sind weltweit auf der Flucht vor Krieg, Hunger, Gewalt und Verfolgung. Die Hilfsorganisationen von Aktion Deutschland Hilft lassen die Menschen nicht im Stich und helfen dort, wo Flüchtlinge dringend Hilfe brauchen. Helfen auch Sie - mit Ihrer Spende!

 Charity-SMS: Senden Sie ADH an die 8 11 90 (5€\*)  
Online spenden unter: [www.Aktion-Deutschland-Hilft.de](http://www.Aktion-Deutschland-Hilft.de)



Abb. ADH/1/©dpa.

## **Aktion Deutschland Hilft e.V.**

*Gibt es durch die „Flüchtlingskrise“ signifikante Veränderungen der Bildsprache zum Thema „Flucht und Migration“ in den Veröffentlichungen und Kampagnen von Aktion Deutschland Hilft e.V.?*

Nein, auch vorher haben wir uns bei der Fotoauswahl schon an Richtlinien zur Bildethik gehalten. Als Träger des DZI-Spendensiegels orientieren wir uns bei der Fotoauswahl immer an den entsprechenden Ethikrichtlinien. Es ist uns wichtig, dass Bilder auf Augenhöhe entstehen und damit keine Klischees (weiße Helfer / notdürftige Menschen aus dem globalen Süden) zementiert werden. Die Realität ist vielseitiger. Das wollen wir auch in unseren Bildern spiegeln.

## **Caritas international – Stefanie Santo**

Caritas international, das weltweit tätige Hilfswerk des Deutschen Caritasverbandes, hilft nach Naturkatastrophen und in Krisengebieten das Überleben der Menschen zu sichern. Wir helfen Menschen, sich selbst zu helfen. Bei Kriegen und Naturkatastrophen bedeutet das, nicht nur akute Nothilfe zu leisten, sondern beim Wiederaufbau Betroffene bei der Hilfe aktiv mit einzubeziehen. Es ist der ausdrückliche Auftrag der Caritas, Solidarität und soziale Gerechtigkeit in der Welt zu verbreiten. Die Motivation liegt in ihrer christlichen Überzeugung und Tradition, sowie in der kirchlichen Soziallehre.

*Welches von Caritas international veröffentlichte Bild zum Thema „Flucht und Migration“ seit 2015 würden Sie besonders hervorheben und warum?*

Das Foto von Rodi Said/ Reuters, das wir mehrfach (u.a. als Broschürentitel) genutzt haben (**Abb.Ci/1**). Das Foto zeigt eine jesidische Frau, die mit ihren drei Kindern vor dem Islamischen Staat flieht. Das Bild zeigt einerseits die Schrecken und Strapazen der Flucht, andererseits zeigt es die Stärke und Entschlossenheit der betroffenen Menschen.

# **Caritas international**



  
**caritas** **international**  
DAS HILFSWERK DER DEUTSCHEN CARITAS

*Abb.Ci/1/© Rodi Said.*

## **Caritas international**

Außerdem eine Aufnahme, die Flüchtlinge beim Aussteigen aus dem Boot zeigt (**Abb.Ci/2**). Die Dramatik, der Stress, die Belastung der gefährlichen Überfahrt wird deutlich, aber auch die Extremsituation, in der sich die Helfenden befinden.

## Caritas international



Abb.Ci/2/© Ben White/CAFOD.

## **Caritas international**

Oder das Titelbild des Jahresberichtes 2015 (**Abb.Ci/3**), auf dem ein junger Vater seinen in eine Decke gehüllten ca. 6-jährigen Sohn fürsorglich, aber auch traurig und besorgt im Arm hält. Das Bild zeigt mit einfachen und direkten Mitteln die existenziellen Nöte und Unsicherheiten in einer Fluchtsituation, und es unterläuft gängige Klischees von jungen männlichen Flüchtlingen.

## **Caritas international**



*Abb.Ci/3/© Lefteris Partsalis/Caritas Schweiz.*

## **Caritas international**

Aber auch Fotos von Schwimmwesten und Schlauchbooten am Strand, die stellvertretend für die gefährliche Flucht über das Mittelmeer stehen und Rückschlüsse auf die verzweifelte Lage der Menschen zulassen (**Abb.Ci/4**).

## **Caritas international**



*Abb.Ci/4/© Arie Kievit.*

## **Caritas international**

*Welches unter den veröffentlichten Bildern allgemein zum Thema „Flucht und Migration“ seit 2015 würden Sie besonders hervorheben und warum?*

Das Foto des dreijährigen geflüchteten Jungen Alan Kurdi, dessen Leiche am 02. September 2015 an einen Strand im Süden der Türkei gespült worden war.

Alan Kurdi stand sinnbildlich für dreierlei:

- den Tod Unschuldiger auf dem Mittelmeer
- die menschenverachtende Abgrenzungspolitik der Europäischen Union
- und unser aller Mitschuld.

Außerdem das Foto von dem LKW, in dem im August 2015 71 Flüchtlinge nahe Wien ums Leben kamen. Das Bild leitete aufgrund seiner großen Symbolkraft nicht von ungefähr eine (temporäre) Wende der deutschen Flüchtlingspolitik ein. Es steht sinnbildlich für die tödlichen Fallen, die illegalisierte Fluchtrouten für die Betroffenen oftmals bedeuten.

## **Caritas international**

*Gibt es durch die „Flüchtlingskrise“ signifikante Veränderungen der Bildsprache zum Thema „Flucht und Migration“ in den Veröffentlichungen und Kampagnen von Caritas international?*

Diese Frage ist nicht einfach zu beantworten, da die Auswahl unserer Fotos multifaktoriell bedingt ist.  
Grundsätzlich sollen die von uns eingesetzten Bilder:

- (1)** die Arbeit von Caritas international und ihren Partnerorganisationen illustrieren,
- (2)** die Lage der Betroffenen zeigen und vom Bedarf vor Ort überzeugen,
- (3)** Empathie wecken und einen Spendenimpuls setzen und
- (4)** gleichzeitig unseren ethischen Richtlinien entsprechen.

Aus den Punkten **(1)**, **(2)** und **(3)** lassen sich Beschränkungen in der Fotoauswahl ableiten, die man

## **Caritas international**

ansonsten – wohl fälschlicherweise – der Flüchtlingskrise zuschreiben könnte. In unseren Publikationen, die sich explizit mit dem Thema „Flucht und Vertreibung“ befassen (*Danke-Broschüren*, Spendermagazin *Überleben*, Broschüre *Menschen auf der Flucht*), finden sich ausschließlich Fotos:

- (a)** von geflüchteten Familien,
- (b)** von geflüchteten Frauen/Mädchen mit und ohne Kinder,
- (c)** von geflüchteten Kindern bzw. Jugendlichen,
- (d)** von geflüchteten alten Menschen,
- (e)** von geflüchteten Menschen mit Behinderung und
- (f)** von Mitarbeitenden unserer Partnerorganisationen.

Die Kategorien **(a)** bis **(e)** entsprechen unseren Zielgruppen, sie gelten als besonders vulnerabel („*Wir stärken die Schwächsten*“). Die Kategorien **(b)** und **(c)** machen quantitativ den größten Teil der Geflüchteten aus (laut UNHCR waren 2016 rund 51% der Flüchtlinge Kinder). Dies erklärt, warum alleinstehende (junge) Männer in unseren Publikationen nicht auftauchen. Hinzu kommt, dass Männer häufig die Zuschreibung „kann sich

## **Caritas international**

selbst helfen“ erfahren und damit weniger Empathie beim Spender auslösen (siehe Punkt 3). Gleches gilt für vollverschleierte Frauen. Hier fehlt ein Gesicht, mit dem sich der Betrachter identifizieren kann und das den Impuls zu helfen auslöst. Dennoch gibt es unseres Erachtens einige wenige Veränderungen, die sich fast ausschließlich mit der Flüchtlingskrise und ihren Zusätzungen erklären lassen.

**(a)** Wir setzen kaum Fotos ein, die Massen von Geflüchteten zeigen. Das heißt wir vermeiden Bilder, die den in den Medien vielzitierten „Flüchtlingsstrom“, „-tsunami“, etc. illustrieren und (unangemessene) Ängste oder Befürchtungen beim Betrachter auslösen (**Abb.Ci/5**).

## **Caritas international**



*Abb.Ci/5/© Patrick Nicholson/Caritas international.*

## **Caritas international**

**(b)** Wir verwenden Fotos von Rettungswesten und Schlauchbooten, die stellvertretend für die lebensgefährliche Reise von Geflüchteten über das Mittelmeer stehen (**Abb.Ci/6**).

## **Caritas international**



*Abb.Ci/6/© Arie Kievit.*

## **Caritas international**

**(c)** Wir nutzen verstärkt Fotos von Kinderzeichnungen, um die Schrecken des Krieges zu visualisieren (Hinrichtungen, Bombenangriffe, Trauer um Angehörige, etc.). Wir nutzen sie, um Realitäten zu zeigen, die wir aufgrund unserer ethischen Richtlinien und aus Pietät gegenüber dem Betroffenen nicht „direkt“ abbilden würden (**Abb.Ci/7**).

# Caritas international

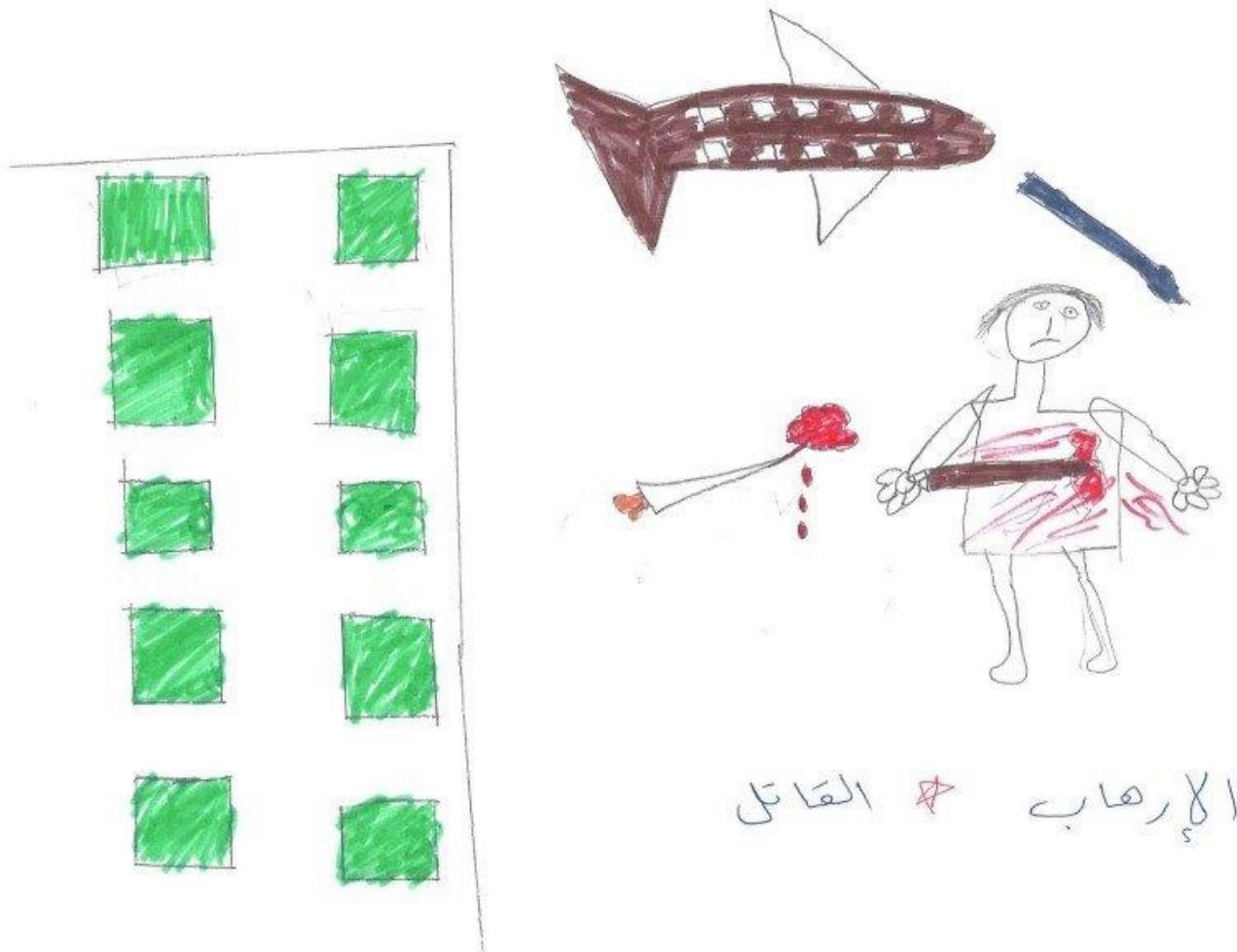


Abb.Ci/7/Zeichner unbekannt.

## **Caritas international**

**(d)** Wir setzen Fotos von Geflüchteten, die sich in Europa oder in Transitländern wie Marokko befinden, sparsam ein. Die Fotos, die wir einsetzen, zeigen die Geflüchteten eher im Profil, unscharf oder von hinten, um ihre Identifizierbarkeit zu erschweren (**Abb.Ci/8**).

## **Caritas international**



*Abb.Ci/8/© Hermann Kenfack/Caritas international.*

## **Caritas international**

**(e)** Wir zeigen verhältnismäßig viele statische Familienporträts, die grundsätzlich unserem Ethik-Kodex widersprechen (Menschen als handelnde Subjekte, als Akteure zeigen). Allerdings spiegeln sie die Lebensrealität vieler Geflüchteter wieder, die ein Leben in der Warteschleife führen müssen (**Abb.Ci/9**).

## Caritas international



Abb.Ci/9/© Philipp Spalek.

## **Deutsches Rotes Kreuz e.V. – Annette Samaras**

Das DRK ist Teil einer weltweiten Gemeinschaft, die Opfern von Konflikten und Katastrophen Hilfe gewährt, allein nach dem Maß ihrer Not. Im Zeichen der Menschlichkeit setzen wir uns für das Leben, die Gesundheit und die Würde aller Menschen ein. Rund 65 Millionen Menschen sind weltweit auf der Flucht oder haben ihre Heimat unfreiwillig verlassen. Fluchtgründe gibt es viele. Für das DRK ist entscheidend: Flüchtlinge sind Menschen, die oft Grausames erlebt haben und vor einer völlig neuen, unklaren Situation stehen. Deshalb betätigen wir uns mit der Flüchtlingshilfe in Deutschland und weltweit.

*Welches von Deutsches Rotes Kreuz e.V. veröffentlichte Bild zum Thema „Flucht und Migration“ seit 2015 würden Sie besonders hervorheben und warum?*

Ein Bild mit Kindern in der Erstaufnahmestelle Hamburg-Harburg (**Abb.DRK/1**). Die beiden Kinder rechts sind kurz zuvor in Deutschland eingetroffen und haben die Flucht aus Syrien hinter sich. Sie sind noch ganz für sich und still, ganz zurückhaltend in neuer Umgebung. Wie wird ihre Zukunft sein?

## **Deutsches Rotes Kreuz e.V.**



*Abb. DRK/1/© Jörg F. Müller/DRK.*

## **Deutsches Rotes Kreuz e.V.**

Außerdem die Aufnahme eines Arztes mit einer Frau und einem Kleinkind: das ist in der Basisgesundheitsstation des DRK in Nea Kavala / Nordgriechenland, wo die Flüchtlinge, die in Idomeni an der Grenze festsäßen, ärztlich versorgt wurden (**Abb.DRK/2**). Der DRK-Arzt Dr. Bernhard Römhild mit einem Medikament für das Kind auf dem Arm seiner Mutter. Das Foto strahlt Sachlichkeit und Ruhe aus, der Arzt hat schon viele Einsätze in Krisengebieten hinter sich.

## **Deutsches Rotes Kreuz e.V.**



*Abb.DRK/2/© Gero Breloer/DRK.*

## **Deutsches Rotes Kreuz e.V.**

Oder auch die Zelte auf den Gleisen in Idomeni (**Abb.DRK/3**). Das Foto entstand auf einer Pressereise des DRK im März 2016 zur Errichtung der beiden Basisgesundheitsstationen in Nea Kavala und Cherso. Unglaublicher Anblick, den wir in Europa jahrzehntelang nicht kannten. Ich kenne die Gegend aus eigener Anschauung, da war früher die Welt zu Ende.

## **Deutsches Rotes Kreuz e.V.**



*Abb.DRK/3/© Gero Breloer/DRK.*

## **Deutsches Rotes Kreuz e.V.**

*Welches unter den veröffentlichten Bildern allgemein zum Thema „Flucht und Migration“ seit 2015 würden Sie besonders hervorheben und warum?*

Ohne Zweifel das Bild des toten dreijährigen Alan Kurdi am Strand von Bodrum.

## **Deutsches Rotes Kreuz e.V.**

*Gibt es durch die „Flüchtlingskrise“ signifikante Veränderungen der Bildsprache zum Thema „Flucht und Migration“ in den Veröffentlichungen und Kampagnen von Deutsches Rotes Kreuz e.V.?*

Schwer zu beantworten. Die Flüchtlingskrise kam vor 2012/13 eigentlich gar nicht vor - jedenfalls nicht in unserem Arbeitsbereich. Eine signifikante Veränderung kann ich daher nicht dokumentieren, dazu müsste ich mindestens ein Jahrzehnt an Broschüren durcharbeiten. Durch seine Struktur - das DRK besteht aus über 4.000 eher selbstständig agierenden Verbänden auf unterschiedlichen Ebenen - gibt es da auch nicht immer völlig einheitliche Bildsprachen. Für mich besteht die Veränderung vor allem darin, dass das Thema Flucht und Migration überhaupt vorkommt - denn es ist in den vergangenen Jahren in Europa und unserem Bewusstsein angekommen.

## **Deutsches Rotes Kreuz e.V.**

Noch eine Bemerkung zum Thema Bildsprache: hier wird aktuell im DRK an einer einheitlichen Bildsprache gearbeitet. Ebenfalls ins Zentrum gerückt ist das Thema IKÖ (interkulturelle Öffnung, d.h. das DRK möchte möglichst alle Bevölkerungsgruppen, also auch Migranten, in seiner Mitgliederstruktur repräsentieren).

## **Sea-Watch e.V. – Fabian Melber**

Sea-Watch e.V. ist eine gemeinnützige Initiative, die sich der zivilen Seenotrettung von Flüchtenden verschrieben hat. Angesichts der humanitären Katastrophe leistet Sea-Watch Nothilfe, fordert und forciert gleichzeitig die Rettung durch die zuständigen europäischen Institutionen und steht öffentlich für legale Fluchtwege ein.

*Welches von Sea-Watch e.V. veröffentlichte Bild zum Thema „Flucht und Migration“ seit 2015 würden Sie besonders hervorheben und warum?*

Das Bild des toten Babys im Arm von SW-Aktivist Martin (**Abb.SW/1**). Es ist das drastischste Bild, das durch SW veröffentlicht wurde. Kurz vorher hat es ein großes Bootsunfall gegeben, wo ein Fluchtboot kenterte. Fast alle Insassen starben, die Todeszahl wird auf mehrere hundert beziffert. Unsere Crew konnte nicht mehr tun, als Leichen zu markieren und mit Schwimmwesten an der Oberfläche zu behalten, damit sie vom Militär geborgen werden können. Dabei wurde ein totes Baby von höchsten mehreren Monaten gefunden.

**Sea-Watch e.V.**



Abb.SW/1/© Christian Buettner/reuters.

## **Sea-Watch e.V.**

Auf dem Foto liegt es im Arm des weinenden Flüchtlingshelfers. Wir haben lange diskutiert, ob wir das Foto veröffentlichen – es ist viktimisierend, plakativ, alarmistisch, reißerisch, unethisch gegenüber den Persönlichkeitsrechten des Kindes und der Familie. Dennoch traf es die Situation vor Ort auf den Punkt und wir brauchten möglichst intensive und aufmerksamkeits-erregende Bilder, um auf die Situation aufmerksam zu machen. Sea-Watch selbst war zu der Zeit noch sehr „jung“.

## **Sea-Watch e.V.**

*Welches unter den veröffentlichten Bildern allgemein zum Thema „Flucht und Migration“ seit 2015 würden Sie besonders hervorheben und warum?*

Alan Kurdi - Das tote Kind am Strand von Bodrum.  
Es ist das wohl bekannteste Bild zu dem Thema. Es wurde beinahe von jedem Medium in Deutschland (Europa?) aufgegriffen und kommentiert und stellt einen Höhepunkt in der Bildpolitik zur Flüchtlingskrise dar. Es wirkt sehr stark, da es das passive Leid und die Unschuld der individuellen Fluchtgeschichten verkörpert – tote Kinder sind am Ende immer sehr deutliche Ikonen, die an verschiedenen Punkten der Mediengeschichte auftauchen. Das Foto hat auch in den Medien selbst eine selbstreferenzielle Diskussion zur Bildpolitik hervorgerufen – so entschieden sich einige (wenige) Redaktionen bspw. das Bild nicht zu drucken und stattdessen eine leere weiße oder

## **Sea-Watch e.V.**

schwarze Seite in der Zeitung zu lassen; als Symbol für die ethische Grenze und aus Gewissheit, dass das Foto ohnehin auf jeder Titelseite prangen wird. Auch auf andere Art gaben viele Zeitungen Einblick in ihre Diskussion und Entscheidungen zu dem Umgang mit dem sensiblen Foto. Die breite Veröffentlichung des Fotos wirft zudem die Frage auf, welch drastische Bilder es zunehmend braucht, um einen entsprechend starken Effekt bei den Rezipienten hervorzurufen. Gleichzeitig markiert das Bild eine Zäsur, die auch politisch spürbar wurde. Kein anderes Bild hat die Ägäis und die eigentliche Gefahr der Fluchtroute so sehr in den gesellschaftlichen Mittelpunkt gerückt, auf den auch politisch reagiert werden musste.

## **Sea-Watch e.V.**

*Gibt es durch die „Flüchtlingskrise“ signifikante Veränderungen der Bildsprache zum Thema „Flucht und Migration“ in den Veröffentlichungen und Kampagnen von Sea-Watch e.V.?*

Schwierige Frage, da sich Sea-Watch überhaupt erst wegen der Flüchtlingskrise gegründet hat. Dennoch spielt die Bildsprache seitdem eine große Rolle und ist bewusst und gezielter Faktor in der Medienarbeit der Organisation. Ein motivierender Faktor liegt bspw. bereits im Begriff der „Flüchtlingskrise“ selbst. Die gemeinen Narrative zu der Situation beschrieben die Migrationsbewegung als krisenhafte, unberechenbar, unerklärbar, gefährlich. Die Perspektive war dabei grundlegend eurozentristisch: In dem Framing der Berichterstattung und der politischen Aufarbeitung sieht sich *Europa* einer Flüchtlingskrise gegenüber, als wäre Europa die eigentliche Protagonistin der

## **Sea-Watch e.V.**

Geschichte. Dabei wurden und werden zahlreiche rhetorische Analogien herangezogen, die der Bildlichkeit von Naturgewalten entlehnt sind. Die Rede ist von *Asylflut, Strömen, Wellen, Durchsickern, Aufstauen*. Diese Analogien erschaffen die Vorstellung von einer unkontrollierbaren Masse, die droht, unseren Kontinent zu überschwemmen. Sie ist grundlegend bedrohlich, es ist ein Narrativ, das nach Dämmen, Krisenbewältigung und Intervention ruft. Gleichzeitig ist das Narrativ zutiefst entmenschlichend – es wird von einer Krise Europas gesprochen, nicht von einer Krise derjenigen, die aus unterschiedlichsten Gründen versuchen, über das Mittelmeer nach Europa zu gelangen.

Wir versuchen daher seitdem, diesen Narrativen gezielt entgegenzusteuern. Wir verzichten auf Bilder der identitätslosen, „anonymen schwarzen Massen“, und versuchen gewissermaßen gegenzusteuern, indem wir individuelle Fluchtgeschichten, -hintergründe und -motivationen in den Vordergrund zu stellen.

## **Sea-Watch e.V.**

Viele andere Hilfsorganisationen (in fast allen Krisengebieten, weit über das Mittelmeer hinaus) bedienen in ihrer Öffentlichkeitsarbeit außerdem stark gängige Stereotypen. Sie zeichnen bspw. immer die gleichen Bilder des schwachen, hilfsbedürftigen Flüchtlings und die Personen damit primär als mitleidserregende Opfer. Die Bildstrategie ist immerhin bewährt und sie funktioniert oft zu Gunsten der eigenen PR und der Generierung von Spenden und Öffentlichkeit. Sie reproduziert gleichzeitig aber koloniale Sichtweisen und ein Machtverhältnis, das die Flüchtenden als passive, ohnmächtige und schutzbedürftige Individuen zeichnet, die unfähig zur eigenen Handlung sind und der helfenden weißen Hand bedürfen. Auch diese Bildklischees versuchen wir zu vermeiden, wofür wir uns klare ethische Prinzipien gesetzt haben: Keine traurigen Babysaugen, keine Weiße-Retter-Bilder, keine Bilder ohne Konsens mit den Fotografierten. Eine progressive Bildstrategie (von Hilfsorganisationen und Journalismus) muss auch immer die Emanzipation aus diesen Machtverhältnissen und die Überwindung kolonialer Sichtweisen zum Ziel haben.

## **UNHCR - Martin Rentsch**

Auf Grundlage der Genfer Flüchtlingskonvention von 1951 setzt sich UNHCR weltweit dafür ein, dass Menschen, die von Verfolgung bedroht sind, in anderen Staaten Asyl erhalten. Laut seinem Mandat hat UNHCR auch die Aufgabe, dauerhafte Lösungen für Flüchtlinge zu finden. Dazu gehören die freiwillige Rückkehr, die Integration im Aufnahmeland oder die Neuansiedlung in einem Drittland. In zahlreichen Ländern betreibt UNHCR humanitäre Hilfsprogramme für Flüchtlinge, Binnenvertriebene und Rückkehrer.

*Welches von UNCHR veröffentlichte Bild zum Thema „Flucht und Migration“ seit 2015 würden Sie besonders hervorheben und warum?*

Das Bild, das Daniel Etter für UNHCR gemacht hat (**Abb. UNHCR/1**). Obwohl eines von tausenden Bilder zu Bootsankünften in Griechenland während der großen Fluchtbewegung 2015/16 war, zeigt es doch sehr eindrücklich die emotionale Lage, in der sich viele Flüchtlinge befunden haben. Zudem wirkt es dem Eindruck entgegen, dass es eine gesichtslose „Welle“ von Menschen ist, die nach Europa geströmt ist.

**UNHCR**



*Abb. UNHCR/1/© UNHCR/Daniel Etter.*

## **UNHCR**

*Welches unter den veröffentlichten Bildern allgemein zum Thema „Flucht und Migration“ seit 2015 würden Sie besonders hervorheben und warum?*

Das Bild des Jungen Alan Kurdi, dessen Bild um die Welt ging und – interessanterweise weniger in Deutschland als international – eine Debatte über die Geschehnisse an Europas Außengrenzen anstieß.

## **UNHCR**

*Gibt es durch die „Flüchtlingskrise“ signifikante Veränderungen der Bildsprache zum Thema „Flucht und Migration“ in den Veröffentlichungen und Kampagnen von UNHCR?*

UNHCR hat seit jeher sehr stark auf personifizierende Bildsprache gesetzt, d.h. die Schicksale von Flüchtlingen und dementsprechend Bilder mit einer klaren Fixierung auf eine Person in den Vordergrund gestellt. Insofern gibt es keine grundsätzliche Änderung der Bildsprache durch die Flüchtlingskrise. Dennoch haben wir uns organisationsintern sehr viele Gedanken gemacht, wie Flüchtlinge in den Medien stereotypisiert werden. Für eine positive Kommunikation zu Flüchtlingen sind Massenbilder weniger geeignet, da sie Ängste vor Fremden schüren (**Abb. UNHCR/2**).

**UNHCR**



Abb. UNHCR/2/© UNHCR/Mark Henley.

## **UNHCR**

Wir wollen Flüchtlinge als starke und widerstandsfähige Menschen zeigen, die unter schwierigsten Umständen leben, sich um ihre Familie kümmern und die Hoffnung nicht aufgegeben haben. In diesem Sinne ist das Bild 3 (**Abb. UNHCR/3**) prototypisch für die von UNHCR verfolgte Bildsprache.

**UNHCR**



Abb.UNHCR/3/© UNHCR/Ivor Prickett.

## **English Version**

**Aktion Deutschland Hilft e. V.** - Hanna Pütz

*1. Since 2015, which of the published images of Aktion Deutschland Hilft e. V. would you highlight in relation to flight and migration, and why?*

The photo for the campaign (**Abb,Adh/1**). It shows the suffering and the sorrow of people who had to leave their homeland and who have lost everything. At the same time, it is an image that shows a lot of human warmth and social cohesion. The father holds his little child carefully and safely in his arms. At least they have not lost each other. In addition, we would stress this picture because it is an authentic snapshot - human and honest.

*2. Since 2015, which of the general published images on the issue of "flight and migration" of other aid agencies and the media would you highlight and why?*

see: Answer 1

*3. Are there significant changes in the "refugee crisis" concerning the imagery on "flight and migration" in the publications and campaigns of Aktion Deutschland Hilft e.V.? If so, what are these changes? In which pictures, in your opinion, are these different visual languages BEFORE AND AFTER the "refugee crisis" particularly clear in your Organization? (On the subject of "flight and migration")*

No, before that, we already adhered to guidelines for image ethics when choosing a photo. As a bearer of the DZI donation seal, we always follow the corresponding ethics guidelines when selecting photos ([http://www.dzi.de/wp-content/uploads/2012/05/DZI\\_VENRO\\_EthikMailings\\_2013.pdf](http://www.dzi.de/wp-content/uploads/2012/05/DZI_VENRO_EthikMailings_2013.pdf)). It is important to us that pictures are created at eye level so that no clichés (white helpers / makeshift people from the global South) are consolidated. The reality is more versatile. We also want to reflect that in our pictures.

## **Caritas International** – Stefanie Santo

*1. Since 2015, which of the published images of Caritas International would you highlight in relation to flight and migration, and why?*

The photo by Rodi Said / Reuters (**Abb.Ci/1**), which we have used several times (including as a brochure cover picture). The photo shows a Yezidi woman who flees from ISIS with her three children. On the one hand, the picture shows the horrors and the exertions of flight, on the other hand, it shows the strength and determination of the affected people. Refugees getting out of the boat (**Abb.Ci/2**). The dramatic event, the stress, the burden of the dangerous passage is evident. It also highlights the extreme situation in which the helpers are located.

The cover picture of the annual report 2015 (**Abb.Ci/3**): A young father carries his 6-years old son in his arms. The son is wrapped in a blanket, the father holds him in a protective way, but he is also sad and worried. The picture shows the existential hardships and uncertainties in an escape situation with simple and direct means. It undermines common clichés of young male refugees.

Photos of lifejackets and rubber dinghies on the beach (**Abb.Ci/4**). They are representative of the dangerous flight across the Mediterranean Sea and allow conclusions about the desperate situation of the people.

*2. Since 2015, which of the general published images on the issue of "flight and migration" of other aid agencies and the media would you highlight and why?*

The photo of the three-year-old refugee Alan Kurdi, whose body was washed up on a beach in southern Turkey. Aylan Kurdi was symbolic of three things: (1) the death of innocent people in the Mediterranean (2) the inhumane demarcation policy of the European Union, (3) and our complicity.

The photo of the truck in which 71 refugees were killed near Vienna in August 2015. Due to its great symbolic power, the picture led to a (temporary) turnaround in German refugee policy.

It symbolizes the deadly traps that often mean illegalized escape routes for those affected.

*3. Are there significant changes in the "refugee crisis" concerning the imagery on "flight and migration" in the publications and campaigns of Caritas International? If so, what are these changes? In which pictures, in your opinion, are these*

*different visual languages BEFORE AND AFTER the "refugee crisis" particularly clear in your Organization? (On the subject of "flight and migration")*

This question is not easy to answer as the selection of our photos is based on multiple factors. Basically, the images we use

- (1) illustrate the work of Caritas International and its partner organizations,
- (2) show the situation of the persons concerned, and convince that there are needs on the ground,
- (3) awaken empathy and invite to donate (4) at the same time, they comply with our ethical guidelines.

From the points (1), (2) and (3) can be derived restrictions in the photo selection, which otherwise - wrongly - could attribute to the refugee crisis. Our publications which explicitly deal with the topic of "flight and displacement" (*Danke (Thanks)* brochures, donor magazine *Überleben (survival)*, booklet "*Menschen auf der Flucht*" (*persons in flight*)) can be found photos

- (a) of refugee families,
- (b) of refugee women/girls with and without children,
- (c) of refugee children and adolescents,
- (d) of elderly refugees,
- (e) of refugees with disabilities and
- (f) from associates of our partner organizations.

The categories (a) to (e) correspond to our target groups, which are considered particularly vulnerable ("We strengthen the most defenseless people"). The categories (b) and (c) make up the majority of the refugees (according to the UNHCR, around 51% of the refugees were children in 2016). This explains why single (young) men do not show up in our publications. In addition, men often experience the attribution that they "can help themselves" and thus cause less empathy with the donor (see point 3). The same applies to completely veiled women. In the latter case, a face is missing. A visible face makes it easier for the observer to identify with it, which can trigger the impulse to donate. Nevertheless, in our view, there are a few changes that can be explained almost exclusively by the refugee crisis and its aggravation.

- (a) We rarely use photos showing crowds of refugees (**Abb.Ci/5**). In other words, we avoid images that illustrate the "refugee stream", "tsunami", etc., much cited in the media, and trigger (inappropriate) fears or misgiving among the beholder.

- (b) We use photos of lifejackets and dinghies which are representative of life-threatening journeys of refugees across the Mediterranean (***Abb.Ci/6***).
- (c) We are increasingly using photos of children's drawings (***Abb.Ci/7***) to visualize the horrors of war (executions, bombing, expression of grief, etc.). We use them to show realities that we would not "directly" display because of our ethical guidelines and out of respect for the person concerned.
- (d) We carefully insert photos which display refugees who are in Europe or in transit countries like Morocco (***Abb.Ci/8***). The photos we use show refugees rather side-faced, out of focus or from behind, to make their identifiability more difficult.
- (e) We show a relatively considerable number of static family portraits (***Abb.Ci/9***) that fundamentally contradict our Code of Ethics (showing people as acting subjects, as active players). However, they reflect the reality of life of many refugees who must live a life on hold.

## **Deutsches Rotes Kreuz e. V. - Annette Samaras**

*1. Since 2015, which of the published images of Deutsches Rotes Kreuz e. V. would you highlight in relation to flight and migration, and why?*

- a) The picture with the children is located in the initial reception institution (Erstaufnahmezentrum) Hamburg-Harburg (**Abb.DRK/1**). The two children on the right arrived in Germany shortly before, after fleeing from Syria. They are still completely alone and quiet, very reserved in their new surroundings. What will their future be like?
- b) Doctor and woman with an infant (**Abb.DRK/2**): this picture was shot in the basic health center of the DRK in Nea Kavala / Northern Greece, where refugees, who were stuck in Idomeni on the border, were medically treated. The photo shows a DRK doctor named Bernhard Römhild with a medicinal product for the child who is on his mother's arm. The depiction emanates objectivity and tranquility. The doctor already had experience of missions in crisis areas.
- c) Tents on the railway tracks in Idomeni (**Abb.DRK/3**): The photo was taken during a press trip of the DRK in March 2016 to establish two basic health stations in Nea Kavala and Cherso. It allows an unbelievable sight that we did not know in Europe for decades. (Personal remark: I know the area from my own view: In the past, this location felt like the "end of the world.")

*2. Since 2015, which of the general published images on the issue of "flight and migration" of other aid agencies and the media would you highlight and why?*

No doubt: the picture of the dead three-year-old Alan Kurdi on the beach of Bodrum.

*3. Are there significant changes in the "refugee crisis" concerning the imagery on "flight and migration" in the publications and campaigns of Deutsches Rotes Kreuz e. V.? If so, what are these changes? In which pictures, in your opinion, are these different visual languages BEFORE AND AFTER the "refugee crisis" particularly clear in your Organization? (On the subject of "flight and migration")*

This is also hard to answer. The refugee crisis did not occur before 2012/13 - at least not in our field of activities. Therefore, I cannot record a notable change because I would have to work through at least a decade of published brochures. Furthermore, there are not always complete uniform visual languages since the DRK organizational structure consists of more than 4,000 independent associations at diverse levels. Personally speaking, the main and necessary change is that the issue of flight and migration is discussed/occurs in the public debate. In recent years, the topic has

embedded itself in Europe and in our consciousness.

One more comment about the visual language: The DRK is currently working on a uniform pictorial language. Equally the topic of IKÖ has moved into the center of discussion (IKÖ = intercultural openness). In other words: Within the membership structure of the DRK, we want to reach a higher representation of possibly all groups of society, including migrants.

## **Sea-Watch e. V.** – Fabian Melber

*1. Since 2015, which of the published images of Sea-Watch e. V. would you highlight in relation to flight and migration, and why?*

"Dead baby in the arm of Sea-Watch activist Martin" (**Abb. SW/1**): It is the most dramatic picture that has been published by Sea-Watch. There was a big accident shortly before the picture was taken. A boat used by refugees capsized. Almost all inmates died, and the death toll is estimated at several hundred. Our crew could do no more than mark corpses and keep them on the surface with life jackets, so they could be salvaged by the military. A dead baby of at most several months was found. The photo shows the baby in the arm of a crying refugee helper. We had long debates whether we should publish the photo, since it is victimizing, striking, alarmist, sensational and unethical to the personality rights of the child and the family. Nevertheless, it put the situation on the ground in a nutshell and we needed the most intense and eye-catching images possible to draw attention to the situation.

Sea-Watch itself was still very "young" at that time.

*2. Since 2015, which of the general published images on the issue of "flight and migration" of other aid agencies and the media would you highlight and why?*

Alan Kurdi: The dead child on the beach of Bodrum. It is probably the best-known picture on the subject. It was used and commented on almost every medium in Germany (Europe?) and it represents a culmination in the image politics within the refugee crisis. It transmits a very strong message since it embodies the passive suffering and the innocence of the individual stories of flight. Eventually, dead children are always clear icons that appear at various times in media history. In addition, the photo has evoked a self-referential discussion on image politics in the media. For example, some editors decided not to print the image and instead leave a blank white or black page in the newspaper. This was intended to symbolize the ethical border. The decision was taken because it was certain that the photo would be on every cover page anyway.

In many other ways, numerous newspapers provided insights into their discussions and decisions on how to deal with the sensitive photo. The widely published photo also shows what drastic images are increasingly needed to produce a correspondingly strong effect on the recipient. At the same time, the picture marks a turning point, which also became politically perceptible. No other picture has placed the Aegean and the real danger of the flight route so much into the center of society as the photo of Alan Kurdi. Therefore, a political response was essential.

*3. Are there significant changes in the "refugee crisis" concerning the imagery on "flight and migration" in the publications and campaigns of Sea-Watch e. V.? If so, what are these changes? In which pictures, in your opinion, are these different visual languages BEFORE AND AFTER the "refugee crisis" particularly clear in your Organization? (On the subject of "flight and migration")*

That's a tricky question since Sea-Watch was founded because of the refugee crisis. Nevertheless, the imagery has since played a key role and is a conscious and crucial factor in the media work of the organization. A motivating factor, for example, already lies in the concept of the "refugee crisis" itself. The migration movement was described as something crisis-ridden, unpredictable, inexplicable and dangerous. This perspective was fundamentally Eurocentric: As part of the reporting and political confrontation, Europe faces a refugee crisis, in which the EU positions itself as the real protagonist of the story. Numerous rhetorical analogies were and are still used and borrowed from the imagery of environmental disasters. The talk is of asylum floods, streams, waves, leakage and damming. These analogies create the idea of an uncontrollable mass that threatens to overflow our continent. It is a narrative that calls for containment, crisis management, and intervention. At the same time, the narrative is profoundly dehumanizing. There is talk about a crisis in Europe, not about a crisis for those who are trying to reach Europe via the Mediterranean for a variety of reasons. Since then we have been trying to counteract these narratives. We refuse to use images of identity-less, "anonymous black masses" and try to emphasize individual stories of flight as well as backgrounds and motivations of flight and migration.

Many other aid organizations (in almost all crisis areas, far beyond the Mediterranean) also use strong common stereotypes in their public relations. They emphasize, for example, always the same images of the weak and needy refugee. Also, they represent people primarily as pitiful victims. This pictorial strategy has proven itself and often works in favor of the own PR and in generating donations and public attention. At the same time, it reproduces colonial perspectives and a power relation that portrays refugees as passive, powerless and vulnerable individuals who are incapable to act autonomously and therefore require the acting white hand. We also try to avoid these visual clichés, for which we have formulated clear ethical principles: no sad baby eyes, no "white-savior-images", no pictures without the consent of the photographed persons. A progressive image strategy (of aid organizations and journalism) must aim at emancipation from these power relations and at overcoming colonial perspectives.

## **UNHCR** - Martin Rentsch

*1. Since 2015, which of the published images of UNHCR would you highlight in relation to flight and migration, and why?*

The picture attached was taken by Daniel Etter or UNHCR (**Abb.UNHCR/1**). Although it is one of thousands of images that depict boat arrivals in Greece during the refugee movement 2015/16, it shows very impressively the emotional situation of many refugees. In addition, it counteracts the impression that it is a faceless "wave" of people who have come to Europe.

*2. Since 2015, which of the general published images on the issue of "flight and migration" of other aid agencies and the media would you highlight and why?*

The photo of the boy Alan Kurdi, whose image was spread around the world and - interestingly enough, less in Germany than internationally - initiated a debate about the events on Europe's external borders.

*3. Are there significant changes in the "refugee crisis" concerning the imagery on "flight and migration" in the publications and campaigns of UNHCR? If so, what are these changes? In which pictures, in your opinion, are these different visual languages BEFORE AND AFTER the "refugee crisis" particularly clear in your Organization? (On the subject of "flight and migration")*

UNHCR has always relied heavily on personified imagery, in other words, the pictures with a clear fixation on a person are used principally. In this respect, there is no fundamental change in the imagery through the refugee crisis. Nevertheless, within the organization, we have thought a lot about how refugees are stereotyped in the media. For a positive communication about refugees, mass images are less suitable because they reinforce hostility towards foreigners (**Abb.UNHCR/2**).

We want to show refugees as strong and resilient people living in the most difficult circumstances, caring for their families and not giving up hope. In this sense, the image Nr.3 (**Abb.UNHCR/3**) is prototypical for the visual language pursued by UNHCR.

**Bisher bei NiP erschienen:**

Bd. 1

*Stefan Lindecke*

**Leibfotograf**

Pete Souza, Barack Obama und die Geschichte des „White House Photographer“.

2011

Bd. 2

*Julia Brandes (Hg.)*

**Die Macht der Architektur**

Der Kunsthistoriker Heinrich Klotz (1935-1999) als Fotograf und seine Diathek.

2011

Bd. 3

*Jörg Probst*

**Sehen und siegen**

Die Bildgeschichte der Geopolitik und die Zukunft der „Marburger Schule“.

2012

Bd.4

*Thomas Noetzel*

**Politische Ideengeschichte als Evolutionstheorie**

Mit einem Anhang: Portal Ideengeschichte – Funktionen und Perspektiven.

2012

Bd.5

*Uta Elisabeth Köhler*

**Hegel und die Verrücktheit**

Grundlegung einer Theorie der versehrten Anerkennung

2013

Bd.6

*Jörg Probst, Steffen Henne (Hg.)*

**Die 1990er Jahre als Beginn**

Bilder und Ideen einer Umbruchszeit

2013

Bd.7 (in Vorbereitung)

*Thomas Noetzel*

**Die Macht der Scham**

Bd.8

*Eike Hennig*

**Schuld und Schuldlosigkeit**

Nationalsozialismus studieren an der Universität Frankfurt a.M oder

Vergangenheitsvergegenwärtigungen um 1968

2014

Bd.9

*Thomas Noetzel, Jörg Probst (Hg.)*

**Biographie und Politologie**

Lebensdarstellungen als Wissensgeschichte politischer Ideen

2016

Bd.10

*Felix Litschauer*

**Archäologie der Willkommenskultur**

Zum Wandel eines politischen Konzepts

2017

Bd.11

*Jörg Probst*

**„original instinct“**

Populismus in der Bild- und Ideengeschichte der ästhetischen Politik

2017

**NiP extra**

Heft 1

*Jörg Probst (Hg.)*

**Ein Moment der Ruhe**

Selfies von Geflüchteten mit Angela Merkel. Ein Gespräch mit dem Fotografen Bernd von Jutrczenka  
2016

Heft 2

*Thomas Noetzel*

**ABC der Gegenwart**

„Zombies“ der Politik in Stichworten  
2017

Heft 3

*Uwe Geese*

**Something to declare**

Bemerkungen zum Relief am Marburger Zollamt  
2018

**Impressum:**

nip – neue ideengeschichtliche politikforschung,  
(Hg.: Thomas Noetzel, Jörg Probst).

extra 4:

Kerstin Gröger, Simone Kiebler, Jörg Probst

LebensBilder

Hilfsorganisationen über Flucht und Migration im Bild  
Eine Umfrage.

Druck: Universitätsdruckerei der Philipps-Universität Marburg.

**2018**