

„Alle Menschen sind AusländerInnen“

Alter: ab 14 Jahren

Gruppengröße: mindestens 5

Zeit: mindesten einen Tag

Geeignet für: Kinder- und Jugendreisen ins Ausland, vorzugsweise in Kombination mit „Italien ist auch in Deutschland“

Material:

- Kameras
- Filme
- Aufnahmegeräte
- Papier und Stifte
- Kleber

Raumgestaltung: Medienwerkstatt mit vielfältigem Material, möglichst Aufenthalt in einer Stadt

Kurzbeschreibung: Die TeilnehmerInnen laufen durch ihre Stadt und recherchieren, wie sich Deutschland oder „Deutsches“ im Zielland widerspiegelt.

Ziele:

- Die TeilnehmerInnen sollen lernen, dass es *eine* deutsche Kultur nicht gibt.
- Sie sollen für andere Lebenswelten sensibilisiert werden.
- Sie sollen Stereotypen und Klischees überdenken.
- Sie lernen, dass nicht nur MigrantInnen in Deutschland wohnen, sondern auch Deutsche im Ausland.
- Sie erfahren, was es heißt, Opfer von Vorurteilen zu sein.

Ablauf:

Die TeilnehmerInnen teilen sich in ReporterInnenteams auf. Diese decken sich mit Ausstattung ein und bekommen jeweils eine Aufgabe mit auf dem Weg:

1. Wie spiegelt sich Deutschland oder „Deutsches“ im Reiseland wieder? Wohnen hier Menschen, die aus Deutschland zugewandert sind? Warum? Wie leben sie hier? Wie unterscheidet sich ihr Leben von Stereotypen? Was denkt die Bevölkerung im Zielland über sie?
2. Wie spiegelt sich Deutschland oder „Deutsches“ im öffentlichen Leben wieder? Gibt es Straßennamen oder Denkmäler? Welche Schaufenster weisen auf Deutschland oder „Deutsches“ hin?

Die ReporterInnenteams ziehen durch die Stadt und erstellen an Hand der Leitfragen Reportagen, Interviews etc. Zu einem bestimmten Zeitpunkt treffen die ReporterInnenteams wieder in der Medienwerkstatt ein und berichten über ihre Erfahrungen. Gemeinsam wird dann eine kleine Zeitung zu diesem Thema erstellt. In Verbindung mit der Methode „Italien ist auch in Deutschland“ bietet sich im Anschluss eine Diskussionsrunde über die Selbst- und Fremdwahrnehmung an.

Beispiel: Auf einer Jugendreise nach Rumänien könnten die TeilnehmerInnen Menschen befragen, wie sie die Deutschen sehen. Vermutlich wird das Deutschlandbild stark durch die Deutsche Minderheit in Rumänien geprägt sein. Nun könnten die ReporterInnenteams recherchieren: Wie leben diese Deutschen in Rumänien? Wann und warum sind sie nach Rumänien ausgewandert? Gibt es „typisch deutsche“ Geschäfte oder Lokale? Und ist das, was dort verkauft wird, auch typisch für das Leben in Deutschland?

Damit die TeilnehmerInnen einen guten Einsteig finden, ist es hilfreich, wenn die TeamerInnen bereits im Vorfeld recherchieren, wie sich „Deutsches“ im Reiseland widerspiegelt. Wenn die Gruppe dann nicht recht vorwärts kommt, können sie sie mit entsprechenden Inputs unterstützen.