

KULTURREPORT

Прогрес Европа Progreso
Europa Progress Europe Be-
sivystanti Europa Progres-
so Europa Napredek Evro-
pa Framsteg Europa Fejlõdõ
Európa Edistys Postęp Eur-
opa Fortschritt Europa Eu-
rooppa Pokrok Evropa Pok-
rok Europa Vooruitstrevend
Europa Πρόοδος Ευρώπη
L'Europe en marche Europas
Fremskridt Progrese Europa
Euroopa edusammud

KULTURREPORT
FORTSCHRITT EUROPA

KULTURREPORT

FORTSCHRITT EUROPA

Vorwort

Europa braucht Emotionen <i>Von Ingrid Hamm</i>	4
Kultur zieht an <i>Von Kurt-Jürgen Maaß</i>	5

I. EUROPA - KONTINENT OHNE KONTUREN?

1. Das Bild von Europa

1.1. Selbstbild

Unsichtbare Öffentlichkeit? <i>Von Bo Stråth</i>	10
Die Marke Europa <i>Von Simon Anbolt</i>	18

1.2. Fremdbild

Wer ist Schopenhauer? <i>Von Atsuko Onuki (Tokyo)</i>	30
Museum Europa <i>Von Andrew Ian Port (Cambridge, Massachusetts)</i>	35
Der blasse Kontinent <i>Von Rajendra K. Jain (New Delhi)</i>	38
Abschied von Europa <i>Von Adžai Paulin Oloukpona-Yinnon (Lomé)</i>	42
Fallstricke der Identität <i>Von Leopoldo Waizbort (São Paulo)</i>	50
Paradies Europa <i>Von Sergej Sumlenny (Moskau)</i>	53

2. Kultur in der EU-Politik

Kernstück oder Zierblume? <i>Von Enrique Banús</i>	60
Neuland in Sicht <i>Von Olaf Schwencke</i>	71
Struktur nährt Kultur <i>Von Christine Beckmann</i>	82

3. Europa und die Auswärtige Kulturpolitik

Partnerschaft statt Repräsentation <i>Von Michael Bird</i>	90
Raus aus dem Huntington-Szenario <i>Von Traugott Schöftbaler</i>	97
Euphorie in Kroatien <i>Von Marija Pejčinović Burić</i>	103
Brot und Spiele <i>Von Gyula Kurucz</i>	107

II. KULTUR IN EUROPA - EUROPA IN DER KULTUR

1. Medien

Der sprachlose Kontinent <i>Von Peter Preston</i>	116
Europa auf dem Bildschirm <i>Von Deirdre Kevin</i>	123

2. Film

Versöhnen statt Spalten <i>Von Michael Schmid-Ospach</i>	132
Vorhang auf für das Nischenkino <i>Von Dina Iordanova</i>	137
Die Macht der Bilder <i>Von Wim Wenders</i>	143

3.	Bildung	
	Das Ende der nationalen Bildungsbastion <i>Von Guy Haug</i>	150
	Lernen mit der Zeit <i>Von Andreas Schleicher</i>	156
	Studieren ohne Grenzen? <i>Von Franziska Muche</i>	166
4.	Sprache	
	Sprechen Sie Europäisch? <i>Von Ulrich Ammon</i>	178
	Glückliches Babel <i>Von Etienne Barilier</i>	185
5.	Musik	
	Wie klingt Europa? <i>Von Jean-François Michel</i>	194
	Haben wir den Blues? <i>Von Jonas Bjälesjö</i>	199
6.	Literatur	
	Europa liest <i>Von Albrecht Lempp</i>	206
	Ein (Literatur-)Haus für den Kontinent <i>Von Florian Höllerer</i>	215
7.	Theater	
	Eine Bühne für europäisches Theater <i>Von Bernard Faivre d'Arcier</i>	224
	Vision der Oper <i>Von Xavier Zuber</i>	231
8.	Kunst & Architektur und Mode	
	Kunstwerk Europa <i>Von Ursula Zeller</i>	238
	Mode macht Europa: Ein Expertengespräch <i>von Ingrid Loschek und Sibylle Klose</i>	249
	Modewelt – Weltmode <i>Von Daniel Devoucoux</i>	263
	Rohbau Europa? <i>Von Hans Ibelings</i>	276

Impressum

Herausgeber: Institut für Auslandsbeziehungen und Robert Bosch Stiftung, in Zusammenarbeit mit dem British Council, der Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia und der Stiftung für Deutsch-Polnische Zusammenarbeit

Redaktion: Sebastian Körber, Jenni Roth

Mitarbeit: Dr. Stephan Hollensteiner, Claudia Judt, Kornelia Serwotka

Gestaltung: Eberhard Wolf

Fotos: Bettina Flitner

Adresse: Charlottenplatz 17, 70173 Stuttgart

Druck: Offizin Andersen Nexö Leipzig

Übersetzung: Dr. Stephan Hollensteiner, Marielle Larré, Jenni Roth, Henning Schimpf, Angelika Welt, Birgit Wittlinger.

Europa braucht Emotionen



Als ich ein Junge war, träumte ich von einem Europa ohne Grenzen. Nun reise ich quer hindurch, virtuell und realiter, ohne je meinen Pass zu zeigen, zahle sogar mit einer Währung, aber wo ist meine Emotion geblieben?“ fragt Wim Wenders in diesem Report. So wie dem deutschen Filmregisseur geht es vielen – vor allem jungen Schweizern – Bürgern Europas, die sich von den Institutionen der Europäischen Union weder repräsentiert noch angesprochen fühlen. Kein Wunder, so Wenders. Niemand liebe sein Land wegen seiner Politik oder wegen seines Marktes. Nach außen wie nach innen zu seinen Bewohnern agiere Europa stets mit wirtschaftlichen oder politischen Argumenten, nicht mit Emotionen.

Dabei ist den Vertretern der Brüsseler Institutionen schon lange klar, dass die Idee der europäischen Einigung neu belebt werden muss. „Ein Organismus ohne Seele ist tot. Ein geeintes Europa braucht eine Seele“, ahnte seinerzeit schon der ehemalige EU-Kommissionspräsident Jacques Delors. Sein heutiger Nachfolger José Manuel Barroso geht sogar noch einen Schritt weiter: „Kultur ist der Grundpfeiler des Zusammengehörigkeitsgefühls, das Europa braucht“, sagte er auf der Berliner Konferenz im vergangenen November. Auch nach außen müsse Europa, „das die Toleranz gegenüber Individuen, ihren Meinungen, Überzeugungen und Unterschieden ‚erfunden‘ hat,“ seiner besonderen Stimme Gehör verschaffen.

Der Kultur und Kulturpolitik kommt im europäischen Einigungsprozess also eine strategische Rolle zu. Doch wie wird sie genutzt? Wie steht es um die Kulturbeziehungen innerhalb Europas? Was kann die europäische Kulturpolitik mit ihren Mitteln zur Herausbildung einer europä-

ischen Identität beitragen? Um dies herauszufinden, hat die Robert Bosch Stiftung gemeinsam mit dem Institut für Auslandsbeziehungen diesen Kulturreport herausgebracht. Ich danke den Autorinnen und Autoren, die sich aus unterschiedlichsten Perspektiven diesen Fragen gestellt haben. Und ich freue mich, dass wir mit dem British Council, der Schweizer Kulturstiftung Pro Helvetia sowie der Stiftung für Deutsch-Polnische Zusammenarbeit weitere Partner gefunden haben, mit deren Unterstützung dieser Report nicht nur in deutscher, sondern auch in englischer, französischer und polnischer Sprache erscheinen konnte.

Ingrid Hamm, Geschäftsführerin,
Robert Bosch Stiftung

Kultur zieht an

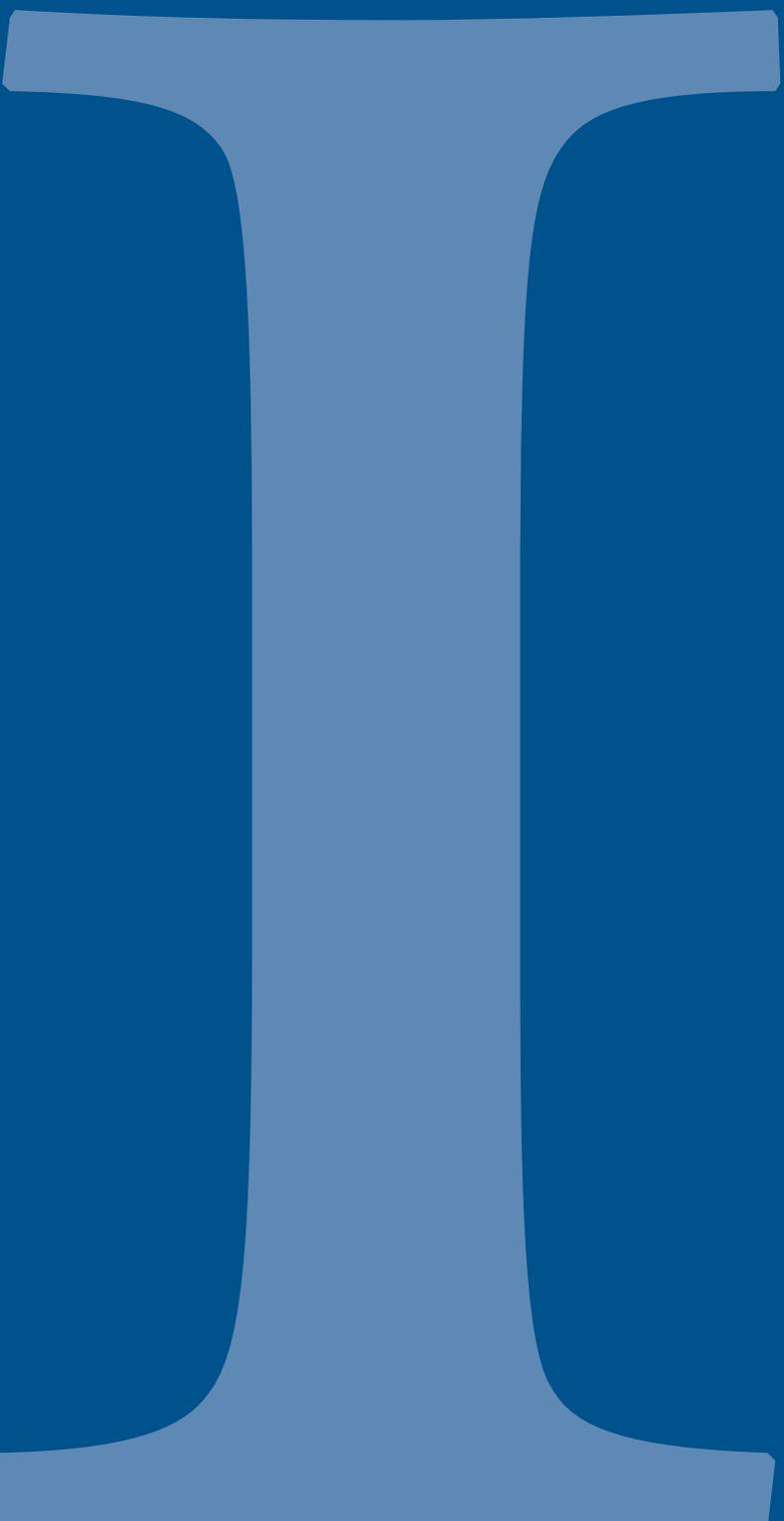


Was ist das, das die einen haben, aber nicht mehr wollen, und wonach sich die anderen so sehnen? Während die meisten Amerikaner Europa als Museum der Hochkultur verehren – auch wenn sie inzwischen ihre Bordeaux-Flaschen demonstrativ in den Abguss entleert haben, wie Andrew Ian Port in seinem Beitrag zu diesem Report ironisch schildert – sucht Europa noch nach einer Identität. Auch fünfzig Jahre nach Gründung der Europäischen Gemeinschaft dümpeln paneuropäische Medienprojekte immer noch vor sich hin, und selbst dringende grenzüberschreitende Probleme werden vorwiegend im nationalen Rahmen diskutiert. Ist Europa wirklich nur eine Ansammlung einander freundlich gesinnter Staaten ohne jedes Interesse an einer tiefer gehenden Verständigung, wie der britische Kolumnist und ehemalige Herausgeber des „Guardian“ Peter Preston vermutet? Auch wenn man diese pessimistische Sicht nicht teilt, so steht doch fest: Wer meint, die Europäische Union bräuchte nur ein wenig mehr Öffentlichkeitsarbeit, um ihre Vertragswerke besser zu erklären, ist auf dem Holzweg. Wer das Projekt europäischer Einigung ernst nehmen will, sieht die europäische Kulturpolitik nun stärker denn je gefordert, die eigentliche Substanz der europäischen Einigung endlich stärker in den Vordergrund zu rücken. Denn Europa hat der Welt viel zu bieten. Es steht für Aufklärung, Fortschrittsglauben und Toleranz. Europa hat intensive Erfahrungen in der Transformation von Ländern und Gesellschaften zu Demokratien, Rechtsstaaten, Marktwirtschaften gemacht. Es bietet attraktive Stipendienprogramme, internationale Bibliotheken und einen hohen Anteil am

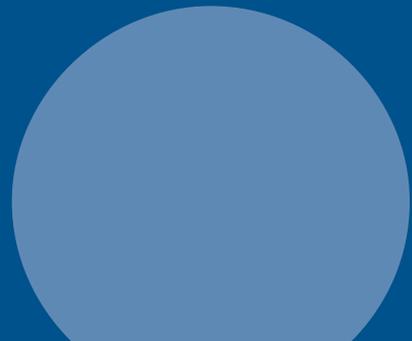
Weltkulturerbe in Kunst, Musik, Literatur und Film.

Dieser Report nimmt die Bestandteile des kulturellen Europa gründlich unter die Lupe. Zu den Autoren gehören Kulturpolitiker, Journalisten, Bildungsexperten, Theater- und Filmemacher, Festivalorganisatoren und Wissenschaftler aus der ganzen Welt. Mein Dank gilt ihnen ebenso wie der Robert Bosch Stiftung, die in Zusammenarbeit mit dem ifa dieses Buch überhaupt erst möglich gemacht hat. Ganz besonders danken möchte ich aber den vielen Übersetzern, die dafür gesorgt haben, dass dieses Buch in vier Sprachen erscheinen kann. Diese Arbeit, die meist im Stillen geschieht, ist nicht nur Voraussetzung für ein Buch wie dieses, sondern für ein Europa, das nicht nur übereinander, sondern vor allem miteinander redet.

Kurt-Jürgen Maaß, Generalsekretär,
Institut für Auslandsbeziehungen



EUROPA –



Frauen mit Visionen Porträts von 48 Europäerinnen

Zwei Jahre lang reiste **Bettina Flitner** durch Europa, um „große Europäerinnen“ zu fotografieren. Sie saß im Wohnzimmer von Miep Gies in Amsterdam, die einst Anne Frank versteckte und das Tagebuch rettete, sie stand im Labor der Deutschen Christiane Nüsslein-Volhard, die den Nobelpreis bekam, sie begleitete Franka Potente zur Ballettschule in Kreuzberg, sie besuchte Marion Dönhoff kurz vor deren Tod in Blankenese, sie ging mit der von der Mafia bedrohten Baronessa Cordopatri in die umkämpften Olivenfelder in Kalabrien. Entstanden sind 48 Porträts von großen Europäerinnen aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Der Kulturreport Fortschritt Europa stellt 12 dieser Persönlichkeiten vor.

Die Portraits: 8/9 Marion Gräfin Dönhoff, Journalistin; 28/29 Franziska Becker, Karikaturistin; 48/49 Christa de Carouge, Modemacherin; 58/59 Maria Lassnig, Malerin; 80/81 Irene Khan, Direktorin amnesty international; 114/115 Kati Outinen, Schauspielerin; 148/149 Inge Feltrinelli, Verlegerin; 176/177 Lea Linster, Köchin; 192/193 Judit Polgar, Schachspielerin; 222/223 Pina Bausch, Choreographin; 236/237 Magdalena Abakanowicz, Künstlerin; 254/255 Dörte Gatermann, Architektin

KONTINENT OHNE KONTUREN?





UNSICHTBARE ÖFFENTLICHKEIT Dass eine europäische Öffentlichkeit existiert, steht für den Autor außer Frage. Das Problem bestehe in der Kluft zwischen dieser Öffentlichkeit und ihrer institutionellen Praxis. Problemorientierte europäische Debatten spiegeln nationale Streitfragen wider und richten sich nicht an europäische Institutionen. *Von Bo Stråth*



Was ist die europäische Öffentlichkeit? Gibt es sie überhaupt? Und wenn ja, seit wann? Wer sind die Akteure, wer die Sender und Empfänger, die Autoren und Leser, die an dieser kontinentalen Verständigung beteiligt und in diesen transnationalen Zirkel von Interpretationen, aus denen ein europäischer öffentlicher Raum entstehen könnte, eingebunden sind? Und wo liegen die Probleme, die im Titel schon aufgeworfen wurden?

Das Definitionsproblem beginnt dort, wo die Ausgangspunkte oder die Vorstellung über die Gestalt eines solchen Raums auseinanderdriften. Ein beliebter Bezugspunkt ist die demokratische Konstitution europäischer Nationalstaaten in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts.

Daraus resultiert oftmals eine Argumentationslinie gegen die Existenz einer europäischen Öffentlichkeit, die sich auf eine reine Ansammlung nationaler Meinungsräume beruft. Ein beliebtes Argument der Verfechter dieser Perspektive ist die Sprachbarriere, die einen transnationalen öffentlichen Raum ihrem Wesen nach verhindere. Ich glaube aber, dass ein europäischer öffentlicher Raum sehr wohl existiert. Auch mit einer Sprachbarriere, die sich durch Übersetzungen überwinden lässt. Und ich glaube sogar, dass sich dieser Raum kontinuierlich weiter ausdehnt. Den europäischen öffentlichen Raum gab es sogar schon, als die nationale Öffentlichkeit noch ein Fremdwort war, ja, sogar bevor die Idee des Nationalstaats auf dem Kontinent Fuß fasste. Die Geschichte der europäischen Integration, die sich seit den 50er Jahren im institutionellen Rahmen manifestiert, verlieh der öffentlichen Meinung konkretere Gestalt.

Zum ersten Mal tauchte eine europäische Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert zu Zeiten der Aufklärung auf, bevor sich die europäischen Nationalstaaten überhaupt herauskristallisiert hatten. Hier kommt einem die „République des Lettres“ in den Sinn. Reisen und die Korrespondenz mit intellektuellen und politischen Zentren sowie die kontinentale Verbreitung

von Journalen und Büchern waren die Keimzelle für einen aufstrebenden Markt von Ideen und Meinungen – auch mit einer Zensur, die den Zugang auf diesen Markt einschränkte und so dem öffentlichen Raum enge Grenzen setzte.¹ Die Sprachbarriere spielte keine Rolle, da die Akteure dieser Öffentlichkeit sich auf Französisch oder Latein verständigten. Außerdem stand das Thema Europa ganz oben auf der Tagesordnung. Beispielsweise wurde die Bedeutung des Begriffs der europäischen Zivilisation auf dem ganzen Kontinent erörtert.² Möglicherweise wurde diese durchlässige Sphäre mit dem Aufleben der Nationalstaaten im 19. Jahrhundert hermetisch. Allerdings gibt es keine umfassenden Quellen, die diese Entwicklung zuverlässig erklären. Nur eines scheint klar: Der europäische öffentliche Raum ist von den Nationalstaaten nicht verdrängt worden. Zweifler an einem einflussreichen europäischen öffentlichen Raum argumentieren, dass die Mehrheit der Europäer gar nicht daran teilhat. Die Gelehrten bewegten sich jedenfalls in einem geschlossenen elitären Raum. Dennoch muss gefragt werden, ob die Forderung nach uneingeschränktem Zugang und Mitsprache der Massen eine notwendige Bedingung bei der Definition einer europäischen Öffentlichkeit ist.³ Diese Forderung ist im Licht der aktuellen Entwicklungen in der Medienlandschaft hinsichtlich technologischer und wirtschaftlicher Konzentration noch brisanter. Statt einer Expansion eines elitären Unternehmens hin zur Einbindung der Massen – wie der Begriff Massenmedien suggeriert – sehen wir uns vielmehr mit einer gegenläufigen Entwicklung konfrontiert, die sich nach unten hin verengt. Sie bedingt eine Konzentration auf einige wenige mediale Sprachrohre, die die Massen nur einseitig erreichen. Die alte Idee einer vernunftorientierten Debatte, die auf der Repräsentation von Interessen beruht, wurde in ihr Gegenteil verkehrt und die alte Auffassung von Repräsentation durch die Kreation von

Das Bild von Europa – Selbstbild

Nachrichten und Fiktion ersetzt. Folglich kann Öffentlichkeit nicht automatisch mit Teilhabe gleichgesetzt werden, und es ist notwendig abzuwägen, bis zu welchem Grad Meinungsdivergenzen im öffentlichen Raum auf rationaler Kalkulation und Kommunikation von Interessen beruhen oder in welchem Maße sie aus manipulierten Denkstrukturen resultieren. Jürgen Habermas' Annahme einer unterschwelligsten Wahrheit hinter den Dingen und einem Streben von Politik und öffentlicher Debatte nach dieser Wahrheit darf in jeder Theorie zum öffentlichen Raum angezweifelt werden.

Die europäische Öffentlichkeit bahnt sich ihren Weg

Historisch betrachtet hat die europäische Öffentlichkeit im 19. und frühen 20. Jahrhundert tiefe Wurzeln geschlagen. In der Gelehrtenwelt hatte die öffentliche Sphäre Hochkonjunktur, die aktive Teilhabe wuchs zusehends. Die Entwicklung wurde begünstigt von einem erstarrenden Literaturmarkt, vom Ende der Zensur, von den Massenaufgaben der Zeitungen und Magazine; der internationale Charakter des kulturellen Lebens im Theater und in den Konzerthallen belebte den kontinentalen Austausch. Die Nachkriegszeit war geprägt vom Aufleben internationaler Organisationen wie dem Völkerbund oder internationaler Post- und Telekommunikationsvereinigungen, europaweite Standards fassten Fuß und schufen so den Nährboden für transnationale Kommunikationsräume.

Man kann den öffentlichen Raum als Kommunikationsplattform betrachten, auf der Akteure aus Politik und Kultur sich und ihre Ideen schon früh austauschten

und verhandelten. Das wurde durch die Entwicklung der Massenmedien verstärkt, die immer größere Teile der Bevölkerung in die Debatten mit einbinden konnten. Ein schlagkräftiges Argument, das unter anderen von dem Sozialwissenschaftler Klaus Eder hervorgebracht wurde, besagt, dass der europäische öffentliche Raum im Rahmen des europäischen Integrationsprozesses in der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts vor allem in grenzüberschreitenden Krisendebatten zutage kam. Ein- und dieselbe Streitfrage, von Haider über Berlusconi bis zur Idee einer europäischen Verfassung, steht überall in Europa auf der öffentlichen Tagesordnung und überwindet so sprachliche Grenzen. Die europäische Öffentlichkeit spricht viele Sprachen.

In gewisser Hinsicht war die öffentliche Sphäre von jeher problemorientiert. Die Intellektuellen der Gelehrtenwelt beschäftigten sich im Kern mit immer denselben Fragen, nur die Zahl der Themen ist im Zuge der europäischen Integrationsbewegung seit den 50er Jahren in beachtlichem Maße angewachsen. Die Probleme beginnen dann, wenn wir den öffentlichen Raum mit der Demokratie in Verbindung bringen. Die Öffentlichkeit, in der sich Debatten und soziale Verhandlungen abspielen, wird oft als Rückgrat westlicher Demokratien betrachtet. Die Öffentlichkeit ist der Nährboden der Zivilgesellschaft, die wiederum Voraussetzung ist für eine funktionierende Demokratie.

Aus Habermas' Perspektive wird die mehr oder weniger automatische Verbindung zwischen öffentlicher Sphäre und Demokratie als gegeben vorausgesetzt. Wenn dem so ist, wenn es tatsächlich eine europäische Öffentlichkeit gibt, warum gibt es dann keine europäische Demokra-

tie? Eine zentrale Frage zielt auf den Grad der Mitsprache an der Debatte. Die mobilisierende Kraft der europäischen Öffentlichkeit scheint nicht groß zu sein. So zeigt etwa die Beteiligung an den Wahlen zum europäischen Parlament ein Defizit demokratischer Legitimation des gesamten europäischen Integrationsvorhabens. Dennoch stellt sich die Frage, weshalb man auf europäischer Ebene eine Verbindung zwischen öffentlicher Sphäre und europäischer Integration vermuten sollte. Die *Raison d'être* des europäischen Integrationsprojekts bestand ursprünglich im Schutz der freien Märkte und in der Friedenssicherung während des Kalten Krieges. Damals fungierten freie Märkte noch als vorbeugende Maßnahme gegen eine Akkumulation von Kapital und der bewaffnete Frieden beruhte auf militärischer Stärke.

Harmonisches Europa?

Das Ziel bestand nach Alan Milward, einem Experten europäischer Integrationsforschung, darin, die Nationalstaaten Westeuropas durch freien Handel als notwendige Grundlage für den Wohlfahrtsstaat zu bewahren.⁴ Die europäische Integration sollte die Demokratie in den Mitgliedstaaten sichern, aber die Frage nach einer europäischen Demokratie auf supranationaler Ebene wurde nie gestellt.

Die Idee dieser Demokratieebene kann man vage auf den EEC-Gipfel 1973 in Kopenhagen datieren, bei dem erstmals der Begriff einer europäischen Identität geprägt wurde. Man wollte mit solch einem

Die europäische Öffentlichkeit spricht viele Sprachen: Ein- und dieselbe Streitfrage, von Haider über Berlusconi bis zur Idee einer europäischen Verfassung, steht überall in Europa auf der öffentlichen Tagesordnung.

Zusammengehörigkeitsgefühl die Integration in der damals herrschenden Wirtschaftsflaute vorantreiben. Die Idee fand sich zunächst 1979 in der Entscheidung für direkte Wahlen zum Europäischen Parlament wieder und 1980 bei der Präsentation des Konzepts einer europäischen Bürgerschaft. Dennoch konnte sich der Gedanke einer Supranationalität, verstanden als grenzüberschreitende nationale Identifikations- und politische Muster, weder in den Köpfen der Menschen noch auf institutioneller Ebene etablieren. Trotz direkter Wahlen zum Europäischen Parlament scheiterte das Projekt einer europäischen Verfassung, und ein europäisches Staatsvolk ist immer noch Zukunftsmusik.

Die öffentliche Debatte in den sich herausbildenden Nationalstaaten Europas führte letztendlich zum Parlamentarismus. Der demokratische Charakter der öffentlichen Debatte wurde durch eine große Schnittmenge aus öffentlicher und parlamentarischer Auseinandersetzung verstärkt. Davon kann im institutionellen Umfeld der EU nicht die Rede sein. Die problemorientierte europäische Debatte konzentriert sich auf nationale Brennpunkte politischer Entscheidungsprozesse und untergräbt so die Legitimität und Autorität von Brüssel als politischem Zentrum. Die Wertedebatte über die soziale Frage scheint Brüssel als das „Andere“ zu degradieren und wird der Rolle eines schlagfertigen und diplomatischen politischen Zentrums, das mit den Protesten umzugehen weiß, nicht gerecht. Das ist eine grundlegendes, aber kaum diskutiertes Problem der EU. Die nationalen Abgeordnetenhäuser und die Prinzipien des Parlamentarismus, die historisch betrachtet als Reaktion auf Proteste und

Druck aus der Öffentlichkeit nationaler Staatengebilde entstanden, haben auf europäischer Ebene andere politische Ziele sozialer Kritik. Diese Kluft zwischen der europäischen Öffentlichkeit und den europäischen Institutionen beschert der EU ein Legitimationsproblem. Dabei ist die Kluft das Problem und nicht die Frage, ob solch eine Öffentlichkeit existiert oder nicht. Auf jeden Fall spielt beim Legitimationsdefizit nicht nur die Kluft eine Rolle, sondern ebenso zwei weitere Faktoren.

Erstens ist die Harmonisierung der Märkte seit den 50ern mit dem Ziel, Wettbewerbsschranken aus dem Weg zu räumen, in immer mehr Gesellschaftsbereiche vorgedrungen. Freier Handel unter den Mitgliedstaaten, gemeinsame Zollschränken gegen Drittländer, Standards für Umwelt und Soziales, für Nahrungsmittel, Verkehr, Kommunikation, Bildung und Gesundheit – all diese Bereiche wurden als mögliche technische Handelsbarrieren betrachtet, die es durch die Harmonisierung von Standards und Regeln zu überwinden galt. Je sensibler die europäischen Bürger wurden, desto tiefer wurde die Abneigung gegen eine umfassende Europäisierung. Warum sollte Brüssel darüber entscheiden, wie groß eine Erdbeere oder wie lang eine Banane sein sollte? Die Antwort liegt in der Logik der Marktentwicklung hin zu mehr Wettbewerb, da letzterer zu einer Vereinheitlichung von Standards und Normen führt.

Der zweite Faktor ist die anwachsende soziale Ungleichheit innerhalb der EU nach der Erweiterung von 15 auf 25 Mitgliedstaaten. Diese Diskrepanz hat Ängste vor sozialem Dumping geschürt, was wiederum eine Politik des sozialen Protektionismus nach sich zog. Die Kon-

frontation von sozialem Dumping und sozialem Protektionismus ist ein großes Risiko für Europa, aber unabhängig davon, wie groß das Risiko ist – es sollte keinesfalls ignoriert werden. Der politische Druck als Antwort auf die Dienstleistungsanordnung ist ein typisches Beispiel, das uns das Risikopotenzial vor Augen führt. Die Analogie zur Rolle der öffentlichen Sphäre in der Entwicklung der Nationalstaaten legt nahe, dass eine engere Verbindung zwischen der europäischen Öffentlichkeit und den politischen Institutionen der EU als Zielscheibe für Kritik an der politischen Legitimität dient. Das wachsende Legitimationsdefizit wird nicht nur zum Ausgangspunkt von Kritik an Macht und Herrschaftsformen, sondern wirft ebenso drängende ethische und Identifikationsfragen auf. Wird die EU zusammenhalten, und wenn ja, ist sie in der Lage, ihren Bürgern ein Zusammengehörigkeitsgefühl zu vermitteln? Existiert solch ein Zugehörigkeitsgefühl parallel zu nationalen Loyalitäten oder schließen sie sich gegenseitig aus? Welche Rolle spielen gegenwärtige und künftige politische Oberhäupter sowie die Massenmedien in diesen Entwicklungen?

Medien und Werte im Wandel

Die Medien sind ein weites Feld, in dem sich nationale und europäische Werte, Ethiken und Identitäten herausbilden. Ein wichtige Lektion der letzten Jahre war die Erkenntnis eines launischen, kurzlebigen und wankelmütigen Europa, weit entfernt von den Vorstellungen eines fest verankerten und institutionalisierten Kontinents, sei es im Gemeinwesen oder in der Wirtschaft. Hinter der vermeint-

lichen Stabilität verbirgt sich Instabilität. Problemlösungen ziehen neue Probleme nach sich. Einerseits gleicht Europa einem tiefgehenden Projekt, das sein Integrationspotenzial mit „funktionalem Wachstum“ ausweitet. Andererseits hat sich Europa seit einem halben Jahrhundert von einer Krise in die nächste manövriert. Nach dem Grad ihrer Institutionalisierung lässt sich die europäische Öffentlichkeit relativ leicht definieren; schwieriger ist es, die ihr zugrunde liegende Wertesubstanz zu fassen.

Zwei einschneidende Ereignisse innerhalb eines Jahres haben den extremen Wandel in der Berichterstattung über Europa und in ihren Werten gezeigt: der Gipfel in Nizza im Dezember 2000 und die Einführung des Euro ein Jahr später, am 1. Januar 2002. Die Berichterstattung über diese Ereignisse führt vor Augen, wie schnell die Stimmung kippen kann und welche federführende Rolle die Medien dabei spielen. Es gleicht der Beschleunigung der Zeit. Als die europäischen Staatschefs sich in Nizza trafen, hätten sie stolz und euphorisch ein Projekt verkünden können, das sie auf den Weg gebracht haben. Ein Zeitplan für die größte EU-Erweiterung der Geschichte markierte das Ende des Kalten Krieges und der gesamten Nachkriegszeit, den Beginn einer neuen Ära. Die europäische Vereinigung bekam eine neue Dimension, Europa als Ganzes stand im Fokus des Interesses.

Die Chance zur Euphorie verflüchtigte sich in einem allgemeinen Chaos, als bei der „grande geste“, der Öffnung der EU gen Osten, die Sprache auf institutionelle Fragen kam: Wie viel Stimmen sollten die jeweiligen Mitgliedstaaten im Ministerrat erhalten? Mit welchen Mehrheiten sollten Entscheidungen ge-

treffen werden können? Vertreter der Mitgliedsländer warfen sich gegenseitig vor, engstirnig ihre eigenen Interessen zu verfolgen. Die Medien weideten sich an der Beschreibung von Europas Führern, die wie in einer großen europäischen Pokerrunde versuchten, den anderen in die Karten zu schauen und zu tricksen. Die Distanz zur Bevölkerung vergrößerte sich durch das Einschreiten der Polizei gegen gewalttätige Demonstranten in paramilitärischen Straßenschlachten, die inzwischen mehr oder weniger zum Umfeld politischer Gipfel „dazugehören“. Die Machthaber zogen ihre Initiative ein Jahr später zurück.

Euphorie und Europhorie

Der 1. Januar 2002 wurde zum denkwürdigen Manifest der europäischen Einigung. Der Euro wurde als Symbol eines neuen Europa gefeiert, als größte Vereinigung seit dem Römischen Reich. Politische Führer zogen die ersten Geldnoten aus den Bankautomaten und solidarisierten sich so mit den Menschen auf der Straße. Europa war vereint – horizontal und vertikal. Die Euphorie war eine Europhorie und die Feierlichkeiten zur neuen Währung symbolisierten die Einheit. Die Medien und die Eliten verloren nicht viele Worte über die wirtschaftliche Seite des Ereignisses, sondern konzentrierten sich auf den symbolischen Part. Man geizte nicht mit stolzen Vergleichen wie jenem mit dem Römischen Reich oder mit Karl dem Großen. Kritische Fragen nach der Notwendigkeit einer Harmonisierung der Steuersysteme im Zuge der Währungs-

Nach dem Grad ihrer Institutionalisierung lässt sich die europäische Öffentlichkeit relativ leicht definieren; schwieriger ist es, die ihr zugrunde liegende Wertesubstanz zu fassen.

union wurden nicht erörtert.

Das schizophrene Muster setzt sich fort. Die Debatten über die Verfassung und den Irakkrieg sind zwei klare Beispiele. Die Irakfrage war ein Dacapo von Nizza, wenn auch intensiver und mit einer größeren Mobilisierung der Bevölkerung einiger Mitgliedstaaten gegen andere Mitgliedstaaten. Der Kontrast zwischen dem neuen Verfassungsentwurf auf dem Gipfel in Thessaloniki im Juni 2003 und dem Pessimismus auf dem folgenden Gipfel in Brüssel ein halbes Jahr später ist ein weiteres Beispiel, das dieses Muster bestätigt. Die Distanz zu Valéry Giscard d'Estaings aristokratischem Auftritt und Triumph in Thessaloniki vergrößerte sich bekanntermaßen im Mai und Juni 2005. Die Schlüsselfrage ist natürlich, was diese Oszillation zwischen den Extremen, zwischen Euphorie und Krise, für die Stabilität des ganzen institutionellen Schauplatz wirklich bedeutet. Bis zu welchem Grad sind die dramatischen Veränderungen flüchtig, werden sie nur durch die Schlagzeilen aufgeheizt und kühlen angesichts neuer einschneidender Ereignisse schnell wieder ab? Mündet der schnelle Wandel medialer Stimmungen in eine langfristige Delegitimierung? Oder ist es im Gegenteil so, dass die wachsende Aufmerksamkeit, die der EU zuteil wird, ob negativ oder positiv, zu einer „Naturalisierung“ der EU als Gemeinwesen führt, d. h. zu einem Erstarren durch ihre Funktion als Plattform für Konflikte und Debatten? Was bedeutet eine problemorientierte europäische Öffentlichkeit tatsächlich? Medien können als diskursives Universum betrachtet werden, in dem nationale und europäische Werte und Identitäten geformt werden, aber diese Werte lassen sich nicht einfach so bestimmen. Werte

über Europa sind stets anfechtbar und wandelbar, abhängig von äußeren Umständen. Es existiert kein „europäischer Wertekanon“, ungeachtet davon, ob man ihn christlich, rational, aufklärerisch oder wissenschaftlich definiert.

Vielleicht können wir von einem großen Vorrat an Werten sprechen, aus dem je nach Zusammenhang geschöpft werden kann. Beim Emediate-Projekt, einem europäischen Forschungskonsortium, das vom Florenzer European University Institute koordiniert und vom EU Framework Programme finanziert wird, steht das Akronym Emediate für Ethics and Media of a European Public Sphere. Von den Römischen Verträgen bis zum Krieg gegen den Terror wurde der Grad der Auseinandersetzung und des Wandels in Phasen intensiver Krisenerfahrung untersucht, von den 50er Jahren bis zum Irakkrieg. Im Licht dieser Streitigkeiten und Veränderungen ist es schwierig, die Idee europäischer Werte als lineare Ableitung aus der Antike und dem Christentum zu verstehen. Die Qualität und Substanz der Mediendebatten über Europa, ihre Rolle und Verantwortlichkeiten sind einem steten Wandel ausgesetzt. Die Phase von 2003 bis 2005 war hinsichtlich der europäischen Werte besonders dramatisch. Die europäische Bastion des Friedens in den Wirren des Kriegs gegen den Terror fand in der öffentlichen Wertevermittlung keinen gemeinsamen Nenner. Als Europa die USA auf der Seite der Achse des Guten gegen die Achse des Bösen unterstützte – oder eben nicht –, wurden westliche gegen europäische Werte ausgespielt. Menschenrechte als europäische Grundrechte wurden gegen die staatliche Gewalttradition nach Hobbes im Kosovo und Irak ausge-

spielt. Die Frage nach sozialer Solidarität, die während des 19. Jahrhunderts bei der Herausbildung der Nationalstaaten eine Schlüsselrolle gespielt hatte, wurde nach der Erweiterung der EU 15 zur EU 25 zur umstrittenen europäischen Kernfrage, man beschuldigte sich des Sozialdumpings und des sozialen Protektionismus. Ein (gefährlicher) Weg, diese Spannung in der Frage sozialer Werte zu lösen, könnte darin liegen, die Frage nach innereuropäischen sozialen Grenzen zur Frage nach äußeren kulturellen Grenzen umzuformulieren und Kultur nach ethnischen und religiösen Gesichtspunkten zu definieren. Die Türkei ist ein prototypisches Beispiel. Angesichts der europäischen Geschichte sollten wir die Risiken jeder Beschwörung kultureller Bindekraft kennen.

Europäische Öffentlichkeit als Idee

Die Theorie einer problemorientierten europäischen Öffentlichkeit basiert in vielerlei Hinsicht auf der Weltsicht Habermas', die Öffentlichkeit mit vernunftbasierter Kommunikation gleichsetzt, was im Gegenzug zu vernunftbasierten Lösungen der jeweiligen Probleme führt. Der öffentliche Raum ist ein Ort rationaler Argumentation. Diese befördert einen vernunftgesteuerten Verfassungspatriotismus und ein „europäisches Volk“. Eine europäische Verfassung wäre ein Nebenprodukt der europäischen Öffentlichkeit und umgekehrt. Der Rechtswissenschaftler Dieter Grimm und andere stellten in den 90er Jahren die These auf, dass – entgegen Habermas – eine europäische Öffentlichkeit nur aus einem europäischen Volk resultieren könne.⁵ Diese Frage nach dem Ei des Kolumbus zwischen Habermas und Grimm führt nicht weiter. Ein schlagkräftigeres Argument gegen Habermas hat der Historiker Reinhart Koselleck mit der Moderne als konstante und dynamische Bewegung zwischen Kritik und Krise eingebracht. Die Beschleunigung verkleinert den Raum

zwischen Erfahrung und künftiger Erwartungshaltung. Unser Horizont hat sich so erweitert, dass wir ihn immer weniger überschauen und auf seiner Grundlage neue Erwartungen abstecken können. Der öffentliche Raum als Informationsmittler wurde durch die Beschleunigung und exponentiell anwachsende Informationsmenge im Fundament erschüttert. Die Distanz zwischen Erfahrung und Erwartung scheint sich nach Ende des Kalten Krieges weiter zu verringern. Zunächst wurden die Ereignisse von 1979 als dramatisch wachsende Kluft wahrgenommen, für die Erwartungen der einen vereinten Welt gab es keine Grenzen von Raum oder Zeit. In den Augen vieler Menschen war ein historisches Kapitel abgeschlossen. Die Entwicklungen in Jugoslawien haben gezeigt, wie vermessend die neuen Erwartungen waren, die Lücke zwischen Erfahrung und Erwartung schloss sich schnell. Beispielphaft sind die wachsenden Indizien eines sozialen Konflikts im Zuge der Erweiterung. Eine ironische Entwicklung, denkt man an die wortgewaltigen Ankündigungen einer finalen europäischen Einigung am 1. Mai 2004.

Habermas gilt als optimistischer Theoretiker, die Entwicklungen in den vergangenen 15 Jahren zeigen die Notwendigkeit einer Auseinandersetzung mit

Kosellecks pessimistischerer Sichtweise. Habermas' Theorie bedarf auch in einer weiteren Hinsicht der Konfrontation mit alternativen Standpunkten. Ich denke an Adorno und Horkheimers kritische Theorie mit den Massenmedien als Instrument des Massenkonsums und der Marktmanipulation und nicht als Vermittler rationaler Argumente, als marktgesteuerte Meinungsmanipulation und neutrale Wissensvermittler. Habermas' Theorie ist nicht in jeder Hinsicht veraltet, aber seine Thesen müssen anderen pessimistischeren – oder realistischeren – Perspektiven gegenübergestellt werden. Vielleicht sind wir auf Habermas als Inspirationsquelle und Messlatte angewiesen. Um naiven Vorstellungen über die Zukunft von Europa und seiner Werte in der europäischen Öffentlichkeit vorzubeugen, darf Habermas nicht außer Acht gelassen werden.

Aus dem Englischen von Jenni Roth

Bo Stråth ist seit 1997 Professor für neuere Geschichte am European University Institute in Florenz. 1990 bis 1996 war er Professor für Geschichte an der Universität Göteborg. Sein Forschungsschwerpunkt liegt auf der historischen und globalen Perspektive auf die europäische Moderne, ein soziales Europa, eine europäische Kultur sowie eine europäische Öffentlichkeit.

¹ E. François und H.-E. Bödeker (eds.): *Aufklärung/Lumières und Politik. Zur politischen Kultur der deutschen und französischen Aufklärung* (Leipzig, 1996).

² J. Osterhammel: *Die Entzauberung Asiens. Europa und die asiatischen Reiche im 18. Jahrhundert*, (München, 1998).

³ Zwischen den beiden Weltkriegen beschäftigten sich nicht nur intellektuelle, politische und wirtschaftliche Eliten mit europäischen Themen, ebenso die breite Bevölkerung. Vgl. K. Orluc: "A last Stronghold against Fascism and National Socialism? The Pan-European Debate over the Creation of a European Party in 1932" In: *Journal of European Integration History*, 2002, Volume 8, Number 2, S. 23-43.

⁴ Alan S Milward, *The European Rescue of the Nation States*. London: Routledge 1994.

⁵ Dieter Grimm, "Does Europe Need a Constitution?" In: *European Law Journal* 1:3 1995: 282–302. Habermas, J.: "Verfassungspatriotismus – im allgemeinen und im besonderen." In: *Die nachholende Revolution*. Habermas, J. Frankfurt/M.: Suhrkamp 1990. Ibid: "Ein Ruck muss durch Europa gehen", In: *Die Weltwoche* 21, 2004. Peter Graf Kielmansegg: "Läßt sich die Europäische Gemeinschaft demokratisch verfassen?" In: *Europäische Rundschau* 22:2 1994: 23–33. Fritz W Scharpf, *Governing in Europe: Effective and Democratic?* Oxford 1999.

DIE MARKE EUROPA Auf der Beliebtheitskala des „Nation Brands Index“, den der Autor seit 1996 regelmäßig veröffentlicht, rangieren die einzelnen europäischen Länder weit oben. Wenn das Ganze mehr ist als die Summe seiner Teile, müsste Europa auf dieser Rangliste fantastisch abschneiden. Aber als Summe seiner Staaten tut sich der Kontinent sehr schwer.

Von Simon Anholt



Heute legt jeder Ort der Welt großen Wert darauf, sein internationales Image aufzupolieren. Dennoch sind wir noch weit davon entfernt zu verstehen, was das konkret bedeutet, und inwieweit kommerzielle Ansätze effektiv und verantwortungsvoll auf Regierungen, Gesellschaften und wirtschaftliche Prozesse angewandt werden können. Viele Regierungen, die meisten Berater und sogar manche Wissenschaftler bestehen auf einer naiven und oberflächlichen Definition „lokaler Markenpolitik“, die nicht über gewöhnliche Produktpromotion, Öffentlichkeitsarbeit und Corporate Identity hinausgeht. Das Produkt ist dabei eher zufällig ein Land, eine Stadt oder eine Region und nicht eine Bank oder ein Laufschuh.

Dennoch ist ein tiefer gehendes Verständnis an dieser Stelle unabdingbar. Die Welt ist zu einem Markt zusammengewachsen. Die schnell fortschreitende Globalisierung führt dazu, dass jedes Land, jede Stadt und jede Region mit den anderen konkurrieren muss: um Konsumenten, Touristen, Investoren, Studenten, Unternehmer, internationale Sport- und Kulturereignisse, um die Aufmerksamkeit und den Respekt internationaler Medien, anderer Regierungen und anderer Völker. Auf einem so dicht bevölkerten und betriebsamen Markt begreifen die meisten Menschen und Organisationen nicht, was andere Orte tatsächlich ausmacht. Wir wandeln alle durch eine komplexe moderne Welt, wir bauen unsere Meinungen aus simplen Klischees zusammen, auch wenn wir uns dessen nicht immer bewusst sind oder es uns nicht eingestehen: In Paris dreht sich alles um Stil, in Japan um Technologie, in der Schweiz um Reichtum und Präzision, in Rio de Janeiro um Karneval, in der Toskana um das *Savoir Vivre* und in den meisten afrikanischen Ländern um Armut, Korruption, Krieg, Hunger und Naturkatastrophen. Die meisten von uns sind zu beschäftigt mit sich selbst und ihren Ländern, dass sie sich nicht die Mühe machen, sich ganzheitliche, ausgeglichene und stichhaltige Meinungen von sechs Milliarden anderer Menschen

und von fast 200 anderen Ländern zu machen. Wir behelfen uns mit Pauschalurteilen über die meisten Menschen und Orte – auch jene, die wir vermutlich niemals kennenlernen oder besuchen werden – und verfeinern diese Eindrücke nur, wenn wir aus irgendeinem Grund ein tiefergehendes Interesse an ihnen entwickeln. Wenn man keine Zeit hat, ein Buch zu lesen, bildet man sich seine erste Meinung anhand des Covers.

Diese Klischees und Stereotypen – ob positiv oder negativ, ob wahr oder falsch – beeinflussen unser Gefühl und unser Verhalten gegenüber fremden Orten, deren Menschen und Produkten. Es mag bedauerlich sein, aber ein Gegenmittel gibt es nicht. Es ist schwierig für eine Region oder ein Land, Menschen auf der anderen Seite des Globusses dazu zu bringen, einen Blick hinter die simplen Kulissen zu werfen und zu verstehen, welche komplexe Welten dahinterstehen.

Manche fortschrittlichen Orte rühmen sich lange nicht mit so viel Aufmerksamkeit, Besuchern, Geschäften und Investitionen, wie sie bräuchten. Schuld ist meist ein farbloses oder negatives Image, während andere immer noch von einem guten Ruf zehren, mit dem die Geschichte sie vor Jahrzehnten, wenn nicht Jahrhunderten, gesegnet hat, und tun heute relativ wenig, um diesem Ruf gerecht zu werden. Alle Orte mit einem guten, einflussreichen und positiven Ruf tun sich im internationalen Wettbewerb leicht, während Orte mit einem schlechteren Image auf der internationalen Bühne einen schweren Stand haben. Daher müssen alle verantwortlichen Regierungen und Verwaltungsapparate im Auftrag ihrer Völker, Institutionen und Firmen verstehen, welches Image sie jenseits der Landesgrenzen

ausstrahlen und eine Steuerungsstrategie entwickeln. Ihre Schlüsselaufgabe ist es, ein Image zu schaffen, das der Wahrheit entspricht, das Macht vermittelt, attraktiv ist, wirtschaftlichen, politischen und sozialen Zwecken dient, das aufrichtig den Geist, das Können und den Willen des Volkes widerspiegelt. Diese hehre Aufgabe ist im 21. Jahrhundert zu einer Kernkompetenz nationaler und regionaler Verwaltungssysteme geworden.

Wie kreiert man ein lokales Image?

Die meisten Länder und Regionen kommunizieren mit anderen Teilen der Welt und erschaffen über sechs Kanäle Bilder in den Köpfen bestimmter Öffentlichkeiten:

1. **Tourismus:** unmittelbare Erfahrungen aus erster Hand durch Besuche in anderen Ländern, sei es als Tourist oder in geschäftlicher Mission. Dieses Feld hat die größte markenbildende Strahlkraft, da Fremdenverkehrsämter meist über die größten Budgets und das kompetenteste Marketing verfügen.
2. **Exportprodukte und Service.** Diese Faktoren fungieren als einflussreiche Botschafter für jedes Land und jede Region, jedoch nur dort, wo ihre Herkunft genau verortet werden kann.
3. **Die politischen Entscheidungen der regionalen Regierungen,** sei es außen- oder innenpolitische, von denen wir in den internationalen Medien erfahren. Normalerweise läuft die grenzüberschreitende Kommunikation über den diplomatischen Dienst. Aber es lässt sich eine Tendenz zu einer Annäherung zwischen poli-

tischen Entscheidungsträgern und internationalen Medien ausmachen.

4. Die Aufmerksamkeit für den Handel, die Art und Weise, wie eine Region oder ein Land Binneninvestitionen fördert, ausländische „Talente“ rekrutiert und ausländische Firmen im Land/in der Region positioniert.
5. Durch kulturellen Austausch, Aktivitäten und Exporte: die Welttournee einer nationalen Oper, das Werk eines berühmten Autors, die nationale Sportmannschaft.
6. Die Menschen der Region selbst: öffentliche Persönlichkeiten, Medien- und Sportstars sowie die Bevölkerung im Allgemeinen. Wie verhalten sie sich im Ausland und gegenüber Besuchern im eigenen Land?

Um sich ein besseres Bild des Systems zu verschaffen, werden diese „natürlichen“ Kommunikationskanäle in einem Sechseck grafisch dargestellt.



The Hexagon of Competitive Identity © 2002 Simon Anholt

Hinter dem Management von Identität und Image eines Landes oder einer Region steht eine grundlegende Annahme: Wer eine klare und glaubwürdige Vorstellung davon hat, was die Region ausmacht, was sie repräsentiert, und es ver-

steht, Kommunikation, Investitionen, Aktionen und Verhaltensweisen an allen sechs Eckpunkten so zu koordinieren, dass die Botschaft verstärkt wird, der hat eine gute Ausgangslage zum Aufbau und Erhalt eines einflussreichen und positiven internen sowie externen Rufes. In diesem System profitieren alle nachhaltig: Exporteure, Importeure, die Regierung, der Kultursektor, der Tourismus, Immigranten und die internationalen Beziehungen in ihrer Gesamtheit.

- Die „Competitive Identity“ braucht, wie jedes andere nationale oder regionale Projekt, ein klares und fest abgestecktes Ziel. Auf regionaler Ebene ist eine Mischung aus präzisen kurzfristigeren Zielen vorzunehmen (etwa ein bestimmter Zuwachs im ausländischen Direktinvestment oder die Organisation eines prestigereichen internationalen Events) und einem langfristigen nationalen Imagewandel, der sich über Jahrzehnte zieht, üblich. Länder und Regionen mit einer einflussreichen und positiven Identität benötigen:
- klarere nationale Abstimmung zu regionaler Identität und gesellschaftlichen Zielen
- ein innovationsfreundliches Klima
- effektivere Förderung von Investitionen
- effektivere Förderung des touristischen Sektors
- optimale Ausschöpfung der regionalen Herkunft von Produkten für Exporteure von Produkten und Service
- ein stärkeres Profil in den internationalen Medien
- einen leichteren Zugang zu ande-

- ren regionalen und globalen Körperschaften und Institutionen
- ergiebigere kulturelle Beziehungen mit anderen Ländern und Regionen

Es gibt also viel zu tun. Aber ohne eine mächtige und positive regionale Identität ist es schwierig, auch nur einen Teil dieser Ziele in die Realität umzusetzen.

„Marke Europa“

Anfang 2005 initiierte ich in Zusammenarbeit mit Global Market Insights in Seattle regelmäßige globale Gutachten zur Wahrnehmung von Ländern und Städten durch die Konsumenten: Besser bekannt sind sie unter den Begriffen Anhold „Nation Brands Index“ (NBI) und „City Brands Index“ (CBI). 2006 begann ich, jeweils ein Gastland in die vierteljährlichen Erhebungen einzubauen. Es erlaubt neben Informationen zu den 35 Ländern, die regelmäßig in die Erhebungen mit einfließen, eine globale Momentaufnahme jedes anderen Landes, das gerade von Interesse ist.

Im zweiten Quartal 2006 beschloss ich, diesen „Guest slot“ nicht einem Land, sondern der Europäischen Union zu widmen. 14 der 25 Mitgliedstaaten finden sich im NBI schon wieder, so dass wir ein klares Bild davon haben, wie sie als individuelle „Marken“ funktionieren, nicht aber davon, wie die „Marke Europa“ als Ganzes nach außen wirkt. Daher schien es mir eine gute Idee zu sein, mit dem NBI das Image von Europa zu erfassen. Verglichen mit den 26.000 Antworten für den NBI aus 35 Ländern zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen einer großen, vielschichtigen Region und einem National-

staat, was ein Fazit dementsprechend erschwert. Dennoch kristallisiert sich ein faszinierendes Bild der globalen Wahrnehmung Europas heraus.

Das klare Urteil ist in der Tat positiv. Eine überraschende Erkenntnis für manche Leute, besonders in Europa selbst, wo die EU nicht immer als anerkannte oder gar vorbildhafte globale „Marke“ wahrgenommen wird. Die EU nimmt in der Rangliste des NBI den ersten Platz ein, über dem bisherigen Spitzenreiter Großbritannien. Die Region punktet weniger in den genannten Einzelpunkten des Hexagons, sondern zeichnet sich durch einen so starken und einheitlichen Auftritt auf, dass sie eine höhere Gesamtpunktzahl erreicht als die restlichen 35 Länder auf der Liste.

Einerseits ist das keine Überraschung. Wenn Europa als Summe seiner Mitgliedstaaten wahrgenommen würde, wäre eine gute Platzierung zu erwarten: Mehr als die Hälfte der Top 20 unter den Listenländern im ersten Quartalsbericht sind europäisch. Nur wenige Länder auf der Erde könnten die Kombination aus den Marken Italien, Frankreich, Großbritannien, Deutschland, Schweden etc. toppen. Und das ist der Knackpunkt. Fragt man nach einem europäischen Image, stößt man schnell auf technische Fragen: das Wort „Europa“ kann in verschiedenen Zusammenhängen für viele Menschen jeweils etwas anderes bedeuten, und oft ist problematisch, genau festzulegen, welche „Marke“ gerade erhoben wird.

Für viele Menschen in Asien und der Pazifikregion, in Amerika, im Nahen Osten und in Afrika bezieht sich „Europa“ zunächst einmal auf den Kontinent – also eher auf eine relativ unbestimmte geografische, historische und kulturelle Ein-

heit ohne präzisen politischen Bezug. Jene Menschen verbinden die Idee von „Europa“ mit einem breiten Spektrum an attraktiven Konzepten, einer wundervollen Sammlung erstrebenswerter Konsummarken (man denke an deutsche Autos und Haushaltsgeräte, an italienisches und französisches Essen, Mode und Lebensart sowie schweizerische Technologie und skandinavisches Design), mit einem der beliebtesten Reiseziele auch für Kulturinteressierte, einem Block aus den stabilsten Demokratien weltweit, mit einigen der größten und dynamischsten Wirtschaftssysteme in der Welt usw. Die Tatsache, dass in der Untersuchung die Europäische Union und nicht Europa im Fokus steht, scheint die Wahrnehmung nicht zu beeinflussen. Informelle Untersuchungen legen nahe, dass viele Leute in anderen Teilen der Welt die EU mit dem europäischen Kontinent gleichsetzen. Die Menschen sind auch sehr ungenau, wenn es darum geht, die Wahrnehmung von Europa in eine politische und geografische Region zu trennen. Die Wahrnehmung vom Kontinent Europa ändert sich nur, wenn wir spezifische Fragen zur Regierungsform stellen: Dann sind die Befragten angehalten, die EU-Politik als Regionalmacht zu sehen und nicht als Ansammlung von Einzelstaaten. An diesem Punkt im Hexagon steht Europa durchschnittlich an neunter Stelle, die bislang niedrigste Wertung. Es kristallisiert sich ein Bild heraus, in dem Europa als Kontinent beinahe hochachtungsvoll wahrgenommen wird, während Europa als Institution gering bewertet wird.

Die Europäer setzen die EU ganz und gar nicht gleich mit dem Kontinent Europa und sie assoziieren Europa meist mit Europa als Institution. Für sie steht

der Begriff „EU“ unzweifelhaft für die politische und administrative Maschinerie in Europa, die wiederum als lästig, wenn nicht kontraproduktiv oder korrupt wahrgenommen wird: ein bürokratisches Monster mit unnötigen und störenden Gesetzen, mit überkommenen Ideologien etc.

Das sind zweifelsohne auch die Gründe, aus denen die Mehrheit der Niederländer und Franzosen den Verfassungsentwurf 2005 ablehnten.

Wenig überraschend ist, dass sich die Perspektiven zwischen langjährigen Mitgliedstaaten, den neueren Mitgliedern sowie den Beitrittskandidaten voneinander unterscheiden. Letztere assoziieren die „Marke Europa“ mit Wohlstand, der finanziellen Hilfe durch eine Gemeinschaft freier Nationen und mit der Abgrenzung zu den alten Sowjetrepubliken.

Die Tabelle veranschaulicht, wie jedes der 35 Länder in dem NBI die EU nach den Punkten im Hexagon beurteilt. Die Daten zeigen, dass die Mehrheit in der EU eine vielversprechende Region, wenn nicht gar eine blühende Landschaft sieht: Der Großteil ist der Auffassung, dass man in den meisten Ländern gut leben, arbeiten und studieren kann. Industrie, Wissenschaft und Entwicklung stehen hoch im Wahrnehmungskurs, die europäischen Bürger werden als Freunde und erfahrene Arbeitskräfte geschätzt. Auch hier wird die Regierung der EU nicht so positiv beurteilt, besonders von den eigenen Bürgern, ohne ein ernsthaftes Problem darzustellen. Die Ranglisten für zeitgenössische europäische Kultur können sich sehen las-

Für die Europäer steht der Begriff „EU“ unzweifelhaft für die politische und administrative Maschinerie in Europa, die wiederum als lästig, wenn nicht als kontraproduktiv oder korrupt wahrgenommen wird.

sen. Überraschender mag da sein, dass das Kulturerbe und der Tourismus – die Gastfreundlichkeit, die den Europäern zugeschrieben wird, mit eingeschlossen – seine größten Schwachstellen sind.

Zu den Ländern, in denen das Markenimage von Europa sehr hoch eingestuft wird, gehören vier Gründungsmitglieder der Union (Belgien, Frankreich, Deutschland und Italien), einige spätere Mitglieder (Irland, Portugal, Tschechische Republik, Polen, Spanien und Ungarn), eine kleine Gruppe von Drittländern (Argentinien, Brasilien, China, Indonesien und Mexiko), Ägypten, Russland und die Schweiz. Die Türkei als EU-Beitrittskandidat zeigt sich weniger positiv eingestellt und platziert Europa auf dem vierten Rang. Die Niederlande, das einzige Land, das 1952 Mitglied der ursprünglichen Europäischen Gemeinschaft für Kohle und Stahl (abgesehen von Luxemburg, wo der NBI nicht erhoben wurde) war, stellt die EU auch auf den vierten Platz, und vergibt im Hexagon weniger Punkte als seine Gründungspartner.

Unter den Ländern mit der geringsten Wertschätzung von Europa (auf Platz sieben oder gar darunter) sind Schweden, Dänemark und das gewohnt Europa-skeptische Norwegen – obgleich es bemerkenswert ist, dass das EU-externe Norwegen europafreundlicher ist die EU-Mitglieder Schweden und Dänemark. Das nordisch orientierte Estland stuft die EU sehr niedrig ein, ebenso wie Großbritannien (das die NBI-Ergebnisse unterstreicht, wonach die Briten andere englischsprachige Commonwealth-Länder höher einstufen als ihre europäischen Partner). Dazu kommen die die alten Commonwealth-Mitglieder selbst (Australien, Neuseeland und Kanada), die USA (wo die Befragten

Wie die Welt Europa sieht

Rangliste der Marken in der EU unter den 35 erhobenen Ländern im ANHOLT NATION BRANDS INDEX (2. Quartal, 2006)

	All	Exports	Govern.	Culture	People	Tourism	Invest./ Immigr.
All Countries	1	4	9	7	4	7	4
Argentina	1	4	10	6	6	4	3
Czech Rep.	1	3	9	4	2	4	1
Egypt	1	4	4	4	6	4	1
Poland	1	3	9	4	1	6	1
Portugal	1	4	10	10	2	3	1
Russia	1	3	9	4	2	6	3
Brazil	2	3	6	5	7	7	2
Hungary	2	4	13	3	1	2	2
Belgium	2	1	9	3	5	4	3
France	2	4	9	2	6	7	3
Germany	2	3	7	2	7	5	2
Ireland	2	3	4	10	6	6	2
Italy	2	3	9	2	3	2	2
Spain	2	4	7	3	2	3	2
Switzerland	2	3	10	5	6	10	3
China	3	3	5	6	4	5	3
Indonesia	3	4	3	6	3	10	3
Mexico	3	4	15	7	5	6	3
India	4	6	8	4	8	3	6
Netherlands	4	4	12	11	9	17	3
Turkey	4	3	6	4	11	8	2
Singapore	5	7	9	10	10	5	7
South Africa	5	5	12	9	10	8	6
South Korea	5	5	3	7	8	8	8
Estonia	7	4	11	12	6	7	2
Norway	7	8	11	13	12	8	7
UK	7	5	12	11	10	16	6
Japan	9	6	7	7	12	14	9
New Zealand	9	7	9	11	12	4	8
Sweden	9	5	12	15	15	20	7
Canada	10	6	10	11	14	13	10
Malaysia	10	5	11	14	11	13	8
Australia	11	9	12	10	13	16	8
USA	12	8	13	12	17	18	11
Denmark	16	7	11	20	15	21	7

Source: www.nationbrandsindex.com

die EU nur als Anbieter von Markenprodukten schätzen), Malaysia und Japan.

Blickt man auf die Regierungsstrukturen, ergibt sich ein anderes Bild. In der positivsten Gruppe finden sich weniger EU-Staaten: nur Irland und Spanien (beide haben wirtschaftlich vom EU-Beitritt

profitiert) sowie Deutschland stufen die EU in Regierungsfragen besser ein als auf einen neunten Platz, derselben Ansicht sind sieben Nicht-EU-Länder und die Türkei. Am geringsten achten Ungarn und die Niederlande die EU-Verwaltung. Die Aspekte Investition und Immigration stimmen besser mit dem Gesamtbild überein. Eine Ausnahme bildet Estland, das sich mit den neuen Mitgliedstaaten zur positivsten Gruppe gesellt. Einige andere Ergebnisse sind erst im Detail interessant: beispielsweise das eklatante Identifikationsdefizit von Holland und Dänemark bezogen auf Kultur, Bevölkerung und Tourismus. Portugal, Irland und Großbritannien – drei Atlantikstaaten – können sich kulturell nicht für den Rest der EU erwärmen, anders als die Herzländer der Römischen Verträge oder Spanien.

Definition der „Marke Europa“

In der jüngsten Vergangenheit hat es hitzige Debatten zum Image von Europa gegeben, nach innen und nach außen. Sogar die Europäische Kommission schrieb anlässlich des 50. Jahrestages des Römischen Verträge – eine Woche, bevor die zweite Quartalsausgabe des NBI von 2005 gedruckt wurde – einen europaweiten Studentenwettbewerb für ein neues Logo sowie einen Slogan für Europa aus. Die Entscheidung für einen Wettbewerb um eine „Markenidentität“ ist kein Zufall: Besonders in den Augen vieler junger Menschen befindet sich Europa in so etwas wie einer Identitätskrise, und es wäre sicher hilfreich, wenn Europa sich gemeinschaftlich mit einem Slogan und einem Logo positionieren würde. (Die Chancen für solch einen Konsens wachsen immens, wenn die Vorschläge von un-

bedarften jungen Leuten kommen und nicht von der Kommission selbst oder von einem der Mitgliedstaaten).

Der Wettbewerb mag dem Vergnügen dienen, spiegelt aber einen wichtigen Mechanismus lokaler Images wider: Ebenso wie kommerzielle und Firmenmarken rührt eine einflussreiche Markenidentität meist von einem einflussreichen Gemeinschaftssinn mit gemeinsamen Zielen her. Egal welche Firma man nach ihrer Marke fragt, sie wird in erster Linie über ihre Gemeinschaftskultur sprechen – wie die Belegschaft die Marke „lebt“ – und dann erst auf die Kommunikation nach außen und die Öffentlichkeit eingehen. Wer immer noch glaubt, dass Logos und Slogans mehr erreichen als eine wohlgesinnte Öffentlichkeit an einem wichtigen Jahrestag, sollte eines nicht vergessen: Ohne ein gemeinsames Ziel gibt es keine Gemeinschaft und ohne eine Gemeinschaft keine Identität.

Dass Europa als Institution einen so viel schlechteren Ruf genießt als der Kontinent Europa, liegt am Mangel einer einflussreichen und intern respektierten Marke, eines Gefühls für gemeinsame Ziele und eine gemeinsame Identität.

In diesem Stadium nach Logos oder Slogans für Europa zu fragen, ist so wenig sinnvoll wie in ein Restaurant zu gehen und um die Rechnung zu bitten – man kann den zweiten Schritt nicht vor dem ersten machen.

Als die Erinnerung an den Zweiten Weltkrieg in den Köpfen der Menschen noch lebendig war, kannte Europa derlei Probleme nicht. Im Mittelpunkt ihres Gründungsstatuts standen dauerhafter Frieden und Wohlstand. Heute zahlt die EU den Preis ihres Erfolgs: Frieden und Wohlstand sind so weit gesichert, dass

sie sich selbst ihrer Aufgabe entledigt hat oder doch zumindest der Annäherung an ein gemeinsames Ziel.

Ein gemeinsames Ziel existiert immer noch, aber es muss definiert, aktualisiert und konkretisiert werden. Europa befindet sich wieder einmal inmitten eines Konflikts, der die globale Stabilität genauso bedroht wie in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Das wachsende Spannungsverhältnis zwischen „westlicher“ und islamisch geprägter Welt und die Notwendigkeit, die Self-Fulfilling Prophecy eines „Kampfes der Kulturen“ abzuwenden, tritt nirgends deutlicher zutage als in den Beitrittsverhandlungen mit der Türkei und in der Art und Weise, wie die meisten EU-Mitglieder damit ringen, ihre eigenen nationalen Identitäten zu formulieren, um immer mehr Immigranten aus verschiedenen Regionen, Kulturen und Glaubensrichtungen zu integrieren.

Die Herausforderung für ganz Europa und über seine Grenzen hinweg ist die Gratwanderung, das kulturelle Erbe in Verbindung mit neueren Errungenschaften so darzustellen, dass sie als frische, eingängige und attraktive Marke auch die jüngere Generation in den Bann zieht. Diese Aufgabe wird durch die wachsende Pluralität moderner Gesellschaften zur Zwickmühle. Europa erstrahlt im Glanz seiner glorreichen und monokulturellen Vergangenheit, darf dabei aber seine multiethnische Realität nicht aus den Augen verlieren. Die einzige Lösung liegt darin, gleiches Gewicht auf die gegenwärtigen kulturellen Bemühungen zu legen. Das Ergebnis ist im Grunde ein pro-

Heute zahlt die EU den Preis ihres Erfolgs: Frieden und Wohlstand sind so weit gesichert, dass sie sich selbst ihrer Aufgabe entledigt hat oder doch zumindest der Annäherung an ein gemeinsames Ziel.

duktives Dilemma, da es die Versuchung der Länder mindert, sich auf vergangenen Lorbeeren auszuruhen.

Rasse spielt eine kritische Rolle bei nationaler und regionaler Identität und ist in der Tat einer der Hauptgründe dafür, weshalb so viele Länder – meist wohlhabendere europäische Staaten – sich ernsthaft Gedanken darüber machen müssen, ob ihr traditionelles internationales Image ihre gegenwärtige Realität tatsächlich widerspiegelt, auch wenn sie einen guten Ruf genießen. Vielleicht liegen hier auch die Wurzeln für die aktuellen Rassenkonflikte in Frankreich. Die „Markengeschichte“ Frankreichs, die Wahrnehmung des Landes und in gewisser Hinsicht auch die Art und Weise, wie es sich selbst nach außen repräsentiert, entspricht immer noch der Geschichte einer weißen christlichen europäischen Herrschaft. Aber viele Franzosen, die weder weiß noch Christen sind, haben das Gefühl, von der Geschichte ausgeschlossen zu sein. Das führt zu bitteren Ressentiments und beeinflusst damit auch die Außenwahrnehmung des Landes. Verfolgt man die internationalen Schlagzeilen zu den innerstädtischen Unruhen, verwundert es nicht, dass Frankreichs Regierungsranking im NBI nach unten tendiert – und der NBI ist bekannt für seine stabilen Ergebnisse. Viele Länder müssen erst wieder beginnen, ihre Identität zu formen und sie im Licht der sich wandelnden Bevölkerungsstruktur nach außen zu präsentieren. Es ist eine der drängendsten Aufgaben der Regierung und eine akute Herausforderung für die Länder und Regionen, ihren externen Ruf und ihr internes Ziel richtig einzuschätzen und zu managen.

Ein weiterer Grund für das schwache „Markenimage“ Europas ist die festge-

fahrengewohnheit der Mitgliedsregierungen, jeden Erfolg den eigenen Reihen zuzuschreiben und jeden Misserfolg auf die EU abzuschieben. Vielfältige Loyalitäten sind aber möglich; man kann sich mit der Gemeinde identifizieren, mit der Region, mit dem Land, dem Kontinent – aber da, wo die Loyalität am schwächsten ist, bietet sie eine Angriffsfläche für Politiker, die den Ort als Sündenbock für alles Ungewollte, Unerwünschte oder Negative ausnützen. Im Laufe der Zeit höhlt dieses Schema die Marke weiter aus. Während ein Ort sein starkes Image an allen Eckpunkten des Hexagons seiner eigenen Kompetenz, Innovationsfähigkeit und Attraktivität zuschreiben kann, sind der EU als Institution die Hände gebunden: Sie inspiriert ihre Bürger nur selten mit Kultur, Tourismus, Bevölkerung, Business und Marken. Sie fällt meist nur als langweiliger und lästiger Verwaltungsapparat ins Gewicht. Die Aufgabe der Identitätsfindung für Europa ist daher hauptsächlich nach innen gerichtet: die Definition einer Aufgabe für die nächsten 50 Jahre, um so einen Konsens herzustellen und Leidenschaft zu entfachen. Betrifft das Ziel nicht jeden, ist es nicht glaubwürdig und inspirierend für die Regionen, die den Menschen am meisten am Herzen liegen, dann wird die Marke eines Euro-

pa als Institution niemals mehr sein als ein schwacher Schatten eines Europa als Kontinent.

Ob es uns gefällt oder nicht, unsere Wahrnehmung lässt sich nicht von der Realität trennen oder unterscheiden. Wenn die Institutionen in Europa nicht lernen, „weiche“ Fragen der Identität und des Ansehens mit so großem Ernst und Respekt zu behandeln, wie sie es mit den „harten“ Streitfragen tun, werden sie schnell merken, dass der wahre Fortschritt Europas utopisch bleibt.

Aus dem Englischen von Jenni Roth

Simon Anholt ist Gründer des „Nation Brands Index“, des „City Brands Index“ und des „State Brands Index“. Er ist Mitglied des „Public Diplomacy Board“ der britischen Regierung und arbeitete als Berater für die Regierungen der Niederlande, von Jamaica, Tansania, Island, Schweden, Botswana, Deutschland, Südkorea, Rumänien, Schottland, Kroatien, der Mongolei, des Baltikums, von Bhutan, Ecuador, Neuseeland, Schweiz und Slowenien, außerdem für die Vereinten Nationen, den Weltwirtschaftsgipfel und die Weltbank. Er ist Mitglied des Europäischen Kulturparlaments und Gründer der Quartalszeitschrift „Place Branding and Public Diplomacy“.

Europa ist nicht nur ein
Umschlagplatz für
Wirtschaftsgüter, hier
wird ebenso um Werte und
Kulturen gefeilscht.
In der Wertehierarchie
rangiert die Kultur über
der Wirtschaft.
Wenn die Wirtschaft
für den Menschen
lebensnotwendig ist,
macht Kultur dieses Leben
lebenswert.

José-Manuel Barroso, Präsident der Europäischen Kommission





WER IST SCHOPENHAUER? Europa ist für Japan nah und fern zugleich. Für einen französischen Wein, eine italienische Handtasche oder den Besuch einer deutschen Oper stürzen sich Japaner gern in Unkosten. Aber zunehmend orientieren sie sich auch kulturell an den Vereinigten Staaten. Europäische Sprachen werden uninteressant, Kant und Schopenhauer sind Fremdwörter geworden. *Von Atsuko Onuki (Tokyo)*



Im August 2006 erreichte der Kurs des Euro gegenüber dem japanischen Yen eine neue Rekordhöhe. Die japanischen Wirtschaftsexperten aber reagierten gelassen: Das Alltagsleben werde nicht tangiert, betroffen seien allein die aus Europa importierten Luxusgüter wie Vuitton- und Chanel-Produkte, BMW- und Mercedes-Benz-Autos oder die von Japanern fanatisch begehrten französischen Weine. Diese Beobachtung entspricht genau dem Bild von Europa, das im japanischen Alltag vorherrscht. Trotz einer mehr als zehn Jahre anhaltenden Wirtschaftsflaute erfreuten sich Markenprodukte aus Europa großer Beliebtheit. Die Firma Louis Vuitton etwa erzielt allein in Japan fast ein Drittel ihres Gesamtumsatzes. Junge Angestellte,

die sich mit einer winzigen Wohnung und billigem Fast Food begnügen, träumen von einer französischen oder italienischen Designer-Handtasche, deren Preis ihrem zweifachen Monatsgehalt entspricht. Manche europäische Firmen, die sich mit ihren Traditionsmarken nur knapp über Wasser halten, wären ohne den japanischen Markt schon längst untergegangen.

Europa ist aber auch ein beliebtes Reiseziel, das viele Japaner wenigstens einmal im Leben besuchen wollen. Viele machen machen eine schnelle Tour durch den ganzen Kontinent, um sich Rom, Paris, Wien und London und ihre Sehenswürdigkeiten anzuschauen, und sind damit zufrieden, dass alles, was sie vor Ort sehen, genauso aussieht, wie sie es schon in Japan im Fernsehen oder Film gesehen haben. Auf dem Flughafen, wo sie mit voll gepackten Souvenirtüten auf den Rückflug warten, zeigen sie sich triumphierend ihre „Beute“: Handtaschen von Ferragamo oder Gucci, Parfum von Chanel, eventuell Mozartkugeln. Auch in der Kulturszene lässt sich das „alte“ Europa sehr gut verkaufen. Ausstellungen mit Bildern französischer Impressionisten sind immer gut besucht, die Tickets für eine Tourneeaufführung irgendeines europäischen Opernhauses trotz stolzer Preise (von 300 Euro) schnell ausverkauft.

Dies ist Europa, wie es sich die meisten Japaner vorstellen. Europa ist für sie – fern ihres Alltagslebens – mit bewährter Tradition, süßer Romantik und verfeinerter Kultiviertheit verbunden. Epochale wirtschaftliche und politische Experimente der europäischen Staaten, wie etwa die Europäische Union, werden kaum beachtet; auch die japanischen Medien berichten nur selten darüber.

Viel wichtiger sind der Wechselkurs des US-Dollars, die Ölpreise und die Beziehungen zu Korea und China. Die Unterscheidung vom „alten“ und „neuen“ Europa, die der ehemalige US-Verteidigungsminister Donald Rumsfeld anlässlich der Debatte um die Legitimität der militärischen Eingriffe im Irak aufstellte, hatte auf das Europabild in Japan kaum Einflüsse. Die Argumente, die das „alte“ Europa – Frankreich und Deutschland – gegen den militärischen Eingriff vorbrachte, fanden bis auf Ausnahmen wenig Gehör.

Wer ist Schopenhauer?

Vor rund 130 Jahren, als in Japan unter der Meiji-Regierung der moderne Nationalstaat entstand, war Europa nicht nur Modell für die Staatsbildung, sondern auch für Lebensstil einschließlich Mode und Esskultur. „Abschied nehmen vom rückständigen Asien und sich einreihen unter die europäischen Großmächte!“ – so hieß das Motto der nachholenden Modernisierung und Nationwerdung. Bei Verfassung, Parlament sowie Militär- und Bildungswesen war Europa das Vorbild, die staatstragende Elite wurde von der Regierung nach Europa zum Studium geschickt. Dank der an Europa orientierten Politik der damaligen Regierung waren

Französisch und Deutsch an Gymnasien und Universitäten obligatorische Fremdsprachen; europäische Philosophen wie Descartes, Kant und Schopenhauer waren Pflichtlektüre. Wer aber kennt heute in Japan noch ihre Namen?

Sogar unter den Studierenden der Romanistik oder Germanistik findet man viele, die von ihnen noch nie gehört haben. Auch die Zahl der Französisch und Deutsch Lernenden ist in den vergangenen zehn Jahren drastisch gesunken.

Woher rührt das Desinteresse für europäische Kultur und Sprache? Sicher hat es mit der allgemeinen Orientierung an Amerika nach dem Zweiten Weltkrieg zu tun, die sich nicht nur auf der Regierungsebene, sondern auch im Alltag bemerkbar machte. Die Idee von Demokratie und Grundrechten, einst durch die europäische Aufklärung rezipiert, wurde in der vor dem Krieg nach deutschem Vorbild eingeführten konstitutionellen Monarchie nur begrenzt berücksichtigt. Die Staatsbürger waren Untertanen des Tennos, die ohnehin eingeschränkten Grundrechte konnten zugunsten der Staatssicherheit aufgehoben werden, was vor allem seit 1937, dem Beginn des Krieges gegen China (das heißt der japanischen Invasion in Asien) der Fall war. Erst unter der amerikanischen Besatzung nach dem Zweiten Weltkrieg erfuhren Japaner, was Demokratie und Freiheit bedeuten; Jazz, Kaugummi und Schokolade verkörperten Amerika und die neue Freiheit.

Seitdem hat sich Japan wirtschaftlich wie politisch von Amerika zunehmend abhängig gemacht. In den internationalen Wirtschaftsbeziehungen sagt man zynisch: Wenn Amerika niest, holt sich Japan eine Erkältung. Wegen der mili-

tärischen Abhängigkeit geht Japan mit der amerikanischen Außenpolitik im Gleichschritt. Beim Angriff auf den Irak spielte der japanische Ministerpräsident Koizumi für viele „den treuen Pudelhund Amerikas“. Auf der anderen Seite besitzt Amerika eine besondere kulturelle Anziehungskraft für junge Künstler und Mächtigern-Künstler. Das liegt wohl an der potenziellen Aufnahmefähigkeit von Fremdheit in der amerikanischen Gesellschaft. Ungeachtet der neuesten entgegengesetzten politischen Entwicklung begeistert die amerikanische Subkultur weiterhin viele japanische Jugendliche. Was in Amerika gerade „in“ ist, wird hier sofort nachgeahmt.

Kontinentaleuropa im Rückzug

Auch im akademischen Bereich macht sich die Amerika-Orientierung immer stärker bemerkbar. Eine Reihe neuerer wissenschaftlicher Ansätze aus den USA – wie „linguistic turn“, „cultural studies“, „postcolonial studies“, „gender studies“ usw. – wurde dermaßen dominant, dass auch in den an Kontinentaleuropa orientierten Fächern Englisch zur Lingua franca wurde. Auf dem Arbeitsmarkt ist Englisch vorherrschend, deutsche oder französische Sprachkenntnisse sind auch bei europäischen Firmen kaum gefragt, auch deutsche Firmen mit Niederlassungen in Japan bevorzugen Absolventen mit guten Englischkenntnissen. Wer gibt sich angesichts solcher Berufschancen noch die Mühe, eine andere kontinentaleuropäische Sprache zu lernen? Entsprechend der gesunkenen Studentenzahl waren in den vergangenen Jahrzehnten philologische Fächer an mehreren Universitäten dazu gezwungen, entweder ihre

Institute zu schließen oder mit angrenzenden Fächern zu fusionieren, womit auch der wissenschaftliche Nachwuchs quantitativ und qualitativ schrumpft.

Als weltweite Begleiterscheinung der Globalisierung ist der Bedeutungsschwund der kontinentaleuropäischen Sprachen und Kulturen auch in Südkorea zu beobachten. Die weltweite Lernerzahl der deutschen Sprache etwa hat nach dem neuesten Bericht von „Der Spiegel“ in nur fünf Jahren (von 2000 bis 2005) um 3,4 Millionen Lerner abgenommen. Das ist allzu verständlich angesichts der Tatsache, dass weltweit 90 Prozent der wissenschaftlichen Publikationen auf Englisch und nur ein Hundertstel auf Deutsch veröffentlicht werden. Kulturelle und sprachliche Vielfalt, die gerade auf europäischem Boden immer noch besteht, scheint heute auf akademischer Ebene von „globalen Standards“ plattgewalzt zu werden.

Besorgniserregend sind aber auch die neuesten Entwicklungen an den deutschen Hochschulen, die sich mit vorauseilendem Gehorsam an „globale Standards“ anpassen. In Japan beobachten wir es mit einem gewissen Déjà-vu-Gefühl. Der Abbau des Egalitätsprinzips, die Kürzung der Bildungsausgaben und die Einführung des ökonomischen Konkurrenzprinzips – dies alles war unter den neo-liberalen Regierungen Thatcher und Reagan vorangetrieben worden. Japan folgte in den 90er Jahren nach, womit allein die Effizienz der Wissenschaft zum Maßstab wurde. Schaden erlitten dadurch vor allem die geisteswissenschaftlichen Fächer, deren „Effizienz“ schwer nachweisbar ist. Hinsichtlich der willigen Erfüllung der „globalen Standards“ hat Japan dem „alten“ Europa also die negative Erfahrung voraus.

Dies betrifft auch die Idee der Sozialstaatlichkeit, die in Japan – mindestens unter den an Kontinentaleuropa orientierten Wissenschaftlern – ein positives Gegenmodell zum amerikanischen Kapitalismus darstellte. Wenn aber diese Idee dort nach und nach rückgängig gemacht wird – was bleibt noch für diejenigen übrig, die im inzwischen „alten“ Europa kritische Potenziale gegenüber der unter amerikanischer Dominanz fortschreitenden Globalisierung zu finden glaubten? Wenn man nichts mehr vom alten Europa zu erwarten hätte, könnte man bei japanischen Studierenden nur noch Interesse erwecken, indem man ihnen sagt: Reist nach Europa, dort könnt ihr alles erfahren, was ihr bei McDonald's, Rap-Musik und Hip-Hop schon gesehen habt, aber auch alte Schlösser, die ihr aus dem Disneyland in Tokyo kennt!

Was heute in Japan als Globalisierung wahrgenommen wird, scheint identisch mit einer kulturellen Amerikanisierung, bei der Europa seine Konturen zu verlieren droht. Dabei wird aber übersehen, dass die USA auf dem globalen Markt kein übermächtiger Sieger sind. Die Globalisierung eröffnete auch dem europäischen Kapital große Chancen. Ein großer Teil der Firmen, die einst für Amerika standen, wurden inzwischen von europäischen Konzernen übernommen oder mit diesen fusioniert. Chrysler ist jetzt im Besitz von Daimler-Benz, und einige ursprünglich amerikanische Produkte wie Vaseline, Dove und Pond's gehören jetzt zu einem britisch-holländischen Konzern. In der amerikanischen Nahrungsindustrie ist die schweizerliche Firma Nest-

lé dominierend, im Musikvertrieb spielt Bertelsmann die erste Geige. Angesichts des wachsenden Investitionsanteils des europäischen Kapitals auf dem gesamtamerikanischen Markt (65 Prozent allein bis 2000) stellt der amerikanische Journalist Tom R. Reid in seinem Buch „The United States of Europe“ (2004) fest: „Der eigentliche Sieger der Globalisierung ist Europa.“ Erstaunlich sei aber, so fügt er hinzu, dass diese Tatsache selbst von Amerikanern kaum zur Kenntnis genommen wird. Sie glauben immer noch, dass die ihnen bekannten Markenprodukte vom amerikanischen Kapital hergestellt werden. Was in Amerika kaum bekannt ist, ist es in Japan noch weniger, da Japaner durch eine amerikanische Brille auf die Welt blicken. Die zunehmende Bedeutung des europäischen Kapitals auf dem Weltmarkt wird das Europabild in Japan deshalb wohl kaum ändern.

Aber die Folgen der Globalisierung beschränken sich nicht nur auf die Wirtschaft. Ulrich Beck hält dieser die politische Dimension der Globalisierung entgegen, die zur Bildung transnationaler Organisationen wie der EU-Kommission oder dem Europäischen Gerichtshof geführt hat, in denen positive Potenziale der Selbstkorrektur bestünden. Leider aber scheint die Bildung transnationaler Organisationen für Asien – wo der lange historische Prozess der EU ein Vorbild sein kann – für das heutige Japan nicht realistisch. Denn zu dem ersten notwendigen Schritt für eine solche Organisation – nämlich die Vergangenheitsbewältigung und Versöhnung mit asiatischen Staaten, vor allem mit Korea und China – ist Japan nicht bereit. Verstärkt wurde diese Tendenz in den vergangenen Jahren durch die starken neokonservativen und

Was heute in Japan als Globalisierung wahrgenommen wird, scheint identisch mit einer kulturellen Amerikanisierung, bei der Europa seine Konturen zu verlieren droht.

neonationalistischen Stimmen sowohl in der Regierung als auch in der politischen Öffentlichkeit. Eine ähnliche Vergangenheitsbewältigung wie in der Bundesrepublik, die erst die Reintegration in Europa möglich machte, war in Japan vor etwa zwanzig Jahren zumindest von der Linken für notwendig erachtet worden. Inzwischen wird der deutsche Neokonservatismus und Neoliberalismus eher als negatives Beispiel betrachtet. Deutschland habe den Nationalstolz zum Zweck des wirtschaftlichen Aufschwungs verkauft, heißt es. Demgegenüber sind die Stimmen derjenigen, die von der leidvollen Geschichte Europas und dessen Hinwendung zur transnationalen Selbstorganisation lernen wollen bzw. darin eine Alternative zur Globalisierung sehen, kaum noch hörbar.

Austausch und Vernetzung statt Spaltung

Europa ist für Japan nah und fern zugleich. Zwischen den beiden Ideen von Europa gibt es eine tiefe Kluft. Wie könnte man sie überbrücken? Eine Möglichkeit sehe ich im multilateralen Jugendaustausch, wie er etwa mit dem Schüleraustauschprogramm von AFS (ehemals „American Field Service“, in Deutschland „AFS Interkulturelle Begegnungen e. V.“) stattfindet. Eines der wichtigsten Ziele des AFS-Programms ist die Förderung der gegenseitigen Verständigung gerade zwischen nicht englischsprachigen Ländern. Mit diesem Programm werden jährlich rund 100 japanische Schüler für ein Jahr in ein europäisches Land (darunter auch kleinere Staaten wie Norwegen, die Tschechische Republik, Dänemark oder Ungarn) geschickt. Als Aufenthalts-

orte werden gezielt kleine Städte gewählt, wo sie ohne Englisch auskommen müssen. Nach ihrem einjährigen Aufenthalt kommen sie zurück mit der Erfahrung, wie wichtig die sprachliche und kulturelle Vielfalt gerade in der Zeit der Globalisierung ist – und wie gefährlich jener selbstgefällige, zurzeit von der japanischen Regierung geförderte Nationalismus angesichts der heutigen Welt sein kann. Im Vergleich mit den japanischen Europa-Touristen sind die Austauschschüler noch wenige, aber ihre Erfahrung in Europa wird in Zukunft die heute bestehende Kluft überbrücken. Statt der offiziellen Beziehungen haben vor allem die Erfahrungen der Jugendlichen und am Austausch freiwillig beteiligten Bürger zur weltweiten Vernetzung von AFS beigetragen. Hier findet man wohl eine andere Möglichkeit der Globalisierung. Zu fragen wäre eigentlich nicht nach den Beziehungen zwischen Europa und Japan, die letzten Endes immer bilateraler Natur sein werden. Viel wichtiger ist, was Europa und Japan zum Aufbau der multilateral-interkulturellen Beziehungen beitragen könnten.

Atsuko Onuki studierte Philosophie und Germanistik in Tokyo (Waseda Universität), Bonn und Berlin (FU) und ist Professorin für Germanistik und Kulturwissenschaft an der Gakushuin-Universität (Tokyo). 1994/1995 war sie Forschungsstipendiatin der Alexander von Humboldt-Stiftung, 2004 wurde sie mit dem Philipp Franz von Sieboldt-Preis ausgezeichnet.

MUSEUM EUROPA Europa ist für die meisten Amerikaner ein attraktives und malerisches Museum, von dem sie sich angezogen und abgestoßen zugleich fühlen. Beobachtungen zu einer wechselseitigen Hassliebe.

Von Andrew Ian Port (Cambridge, Massachusetts)



Nicht unähnlich der europäischen Sicht auf die Vereinigten Staaten ist die amerikanische Wahrnehmung von Europa und seiner Kultur von einer merkwürdigen Ambivalenz geprägt – von Bewunderung und Wertschätzung, gewürzt mit Verachtung und Ressentiment. Die meisten Amerikaner finden deutsche Kunstfilme ausdruckslos und schwerfällig, und sie mögen dem Ausruf, dass Franzosen nichts weiter als „Käse mummelnde Angsthäsen“ seien, freudig zustimmen. Aber die meisten bewahren seit Jahrhunderten auch einen tiefen Respekt vor den beeindruckenden Errungenschaften der europäischen Hochkultur. Beginnend mit den ersten Ansiedlungen der Kolonialzeit suchten Amerikaner in der Alten Welt immer Inspiration und

Orientierung und eiferten deren Moden und Verhaltensweisen in Kunst und Geisteswelt nach. Kurzum, Europa setzte die Standards von Geschmack und Kultur in allen ihren Variationen.

Das änderte sich tief greifend im Verlauf des vergangenen Jahrhunderts, lange bevor amerikanische Offiziere meist wegen des Zweiten Weltkriegs ausgiebig vom „alten“ Europa zu reden begannen. Dieser Flächenbrand zeigte, dass Kultur allein – so breit und beeindruckend sie auch sei – nicht genug gewesen war, die Europäer davor zu bewahren, auf ihrem Kontinent in die Barbarei zurückzufallen. Ihr Verhalten in den Übersee-Besitzungen hatte ohnehin schon gezeigt, wozu sie im Ausland fähig waren. Scharfe Beobachter vermuteten sogar, dass es die Kultur selbst war, die auf irgendeine Weise zu diesen beiden epischen Konflikten beitrug. Unter denen, die so dachten, waren einige intellektuelle und künstlerische Koryphäen, die über den Atlantik geflohen waren – und die die besseren Aspekte des europäischen Kulturschaffens mit nach Amerika nahmen. Sie bildeten eine neue Generation aus und halfen, die amerikanischen Elite-Universitäten zu dem zu machen, was sie heute sind. Die künstlerisch-intellektuellen Leuchttürme wanderten so von London, Paris und Berlin nach New York, Chicago und

Cambridge, die quasi die Re-Europäisierung Amerikas darstellten. Zugleich und als ein Ergebnis derselben wurde das nach dem Krieg daniederliegende Europa selbst in intellektueller und kultureller Sichtweise immer uninteressanter.

Die Europäisierung der USA

In den vergangenen zweieinhalb Jahrzehnten kam es zu einer neuen Welle der Europäisierung, die wohl in Nachfolge des Massentourismus und der Liberalisierung des Flugverkehrs in den späten 70er Jahren entstand. Amerikaner begannen massenhaft nach Europa zu fliegen – und ihnen gefiel offensichtlich, was sie sahen. Dies hatte tiefe Auswirkungen auf ihren Geschmack, im wörtlichen und übertragenen Sinne, und war meist, so vermute ich, für die hierzulande jüngst erkennbare Verbesserung des kulinarischen Angebots verantwortlich. In den meisten amerikanischen Städten und Vororten ist es nun möglich, eine erstaunliche Vielzahl von europäischen Speisen und Getränken zu erhalten, ebenso wie hierzulande nach „europäischem Stil“ produzierte Waren. Und unschuldige Amerikaner, die eine Zeit im Ausland verbracht haben, können nun zu Hause bequem in ihrem nach europäischem Stil eingerichteten Café oder Bistro das Trauma verarbeiten, das sie bei der ersten Begegnung mit einem rätselhaften französischen Menü erlitten.

Manche Amerikaner mögen „French fries“ umbenennen oder Bordeaux-Flaschen im Kellerabfluss entleeren, um (wie symbolisch und suggestiv!) eine politische Aussage zu treffen, aber – und das ist das Wichtige – Europa und das, was die Europäer lieben, erfreut sich in den

USA weiterhin eines großen Prestiges.

Amerikanische Universitäten bringen noch immer viele der besten Professoren in Europa hervor, und amerikanische Gelehrte, die es in ihren Aufsätzen versäumen, Foucault, Habermas oder Bourdieu die Ehre zu erweisen, tun dies auf eigene Gefahr. Aber es gibt natürlich noch ein anderes Argument: Viel von dem, was Europa kulturell so attraktiv gemacht hat, ist nun weithin in den USA selbst erhältlich. Feine Weine und erlesene Küche, Weltklasse-Museen und Top-Architektur – all das und vieles mehr ist nicht länger auf die in New York oder sonstwo an der Ostküste lebenden Eliten beschränkt.

Ein Museum mit Patina

Aber immer noch kommen Amerikaner in Scharen nach Europa, trotz der gestiegenen Reisekosten, der Dollarschwäche und der Gefahren des Terrorismus. Was erklärt die anhaltende Anziehungskraft? Bewiesenermaßen ist es technisch möglich, die London Bridge in Arizona und mittelalterliche Klöster im Norden Manhattans wieder aufzubauen. Ame-

Wie glücklich sitzen Amerikaner stundenlang in europäischen Straßencafés, träge Wein schlürfend, während sie auf einem Platz voller bummelnder Fußgänger den „Leuten zusehen“. Sie sind hingerissen vom langsameren Rhythmus des täglichen Lebens im malerischen alten Europa.

rikaner haben ebenso (wieder) gelernt, wie man „richtiges Brot“ backt, starken Kaffee macht und solche erlesenen Weine anbaut, die auch die anspruchsvollsten europäischen Gaumen zufriedenstellen. Aber was sie noch nicht nachzuahmen geschafft haben, ist das, was sie an Europa wohl am anziehendsten finden: seine historische Patina. Wie amerikanische Herzen zu schlagen beginnen, wenn sie eine alte Kirche, ein mittelalterliches Stadttor oder eine Burgruine sehen! Der inflationäre Gebrauch des Begriffs „historisch“, um jedwede Touristenattraktion in den USA anzupreisen, verweist auf ein tief verwurzelt Verlangen nach einem größeren Maß an Dauer und (auch auf die Gefahr des Klischees hin) Geschichte – ein Verlangen, das Europa offensichtlich immer noch nicht befriedigen kann.

Aber was Amerikaner auch anzieht sind die weniger fassbaren, nicht materiellen Aspekte der europäischen Lebenskultur, die Muster und Praktiken eines für sie fremden Alltagslebens. Wie glücklich sitzen Amerikaner stundenlang in europäischen Straßencafés, träge Wein schlürfend, während sie auf einem Platz voller bummelnder Fußgänger den „Leuten zusehen“. Sie sind hungerissen vom langsameren Rhythmus des täglichen Lebens im malerischen alten Europa – aber natürlich in gewissen Grenzen!

Die unfreundliche Bedienung, die bürokratische Ineffizienz, der Mitraucherqualm und das arrogante Naserümpfen über amerikanische Touristen werfen leichte Schatten über die museale Atmosphäre, die so anziehend ist, weil sie vielleicht unterbewusst Kindheitserinnerungen an Märchen oder Gute-Nacht-Geschichten erweckt. Egal, wie sehr meine Landsleute, die ich ab und zu in einem der

jüngeren Starbucks in Berlin-Mitte sehe, ihren Kaffee aus einer Steinguttasse an einem Freilufttisch zu genießen scheinen – nach ihrer Rückkehr in die USA werden sie unzweifelhaft zu ihrer Gewohnheit zurückkehren, aus einem Papierbecher zu schlürfen, während sie in dem rauchfreien, künstlich beleuchteten und klimatisierten Ambiente einer Starbucks-Filiale eines schmalen lokalen Einkaufszentrums sitzen oder stehen.

Denn letzten Endes wird die Liebe zu der amerikanischen Bequemlichkeit die innige Begeisterung für die malerischen Eigenarten Europas besiegen.

*Aus dem amerikanischen Englisch
von Stephan Hollensteiner*

Andrew I. Port studierte an der Yale University und wurde an der Harvard University promoviert. Er ist Professor für Geschichte an der Wayne State University in Detroit und Autor zahlreicher Artikel über das moderne Deutschland sowie des Buches „Conflict and Stability in the German Democratic Republic“.

DER BLASSE KONTINENT Indien mischt die Karten in der globalisierten Wirtschaft neu. Aber die europäische Kultur hat in dem Spiel keine tragende Rolle, die gemeinsamen historischen Wurzeln verblassen zusehends. Schuld sind nicht zuletzt die Medien, ein tiefer gehendes Interesse an Europa ist nicht erkennbar. Zudem wird der interkulturelle Dialog durch Sprachbarrieren sowie eine komplizierte Visumsvergabe erschwert.

Von Rajendra K. Jain (New Delhi)



und stellte mit großer Leidenschaft die westlichen Analysen und Annahmen über Indiens Geschichte sowie seine kulturelle und religiöse Identität infrage.

Die Wahrnehmung europäischer Kultur im unabhängigen Indien

Das indische Aufeinandertreffen mit Europa war in der Geschichte der Menschheit insofern einzigartig, als eine unvergleichlich reiche Zivilisation einer langen Phase europäischer Herrschaft ausgesetzt war. Europäische Ideen und Werte beeinflussten tief die englisch erzogene Elite und waren seit dem 19. Jahrhundert für verschiedene Bewegungen indischer Führer verantwortlich. Zwei breite Stränge wurden in der zweiten Jahrhunderthälfte sichtbar: Der eine wollte dem Westen nacheifern, in dem Versuch, die westlichen Werte und Institutionen in und an die indische Umgebung aufzunehmen und anzupassen; der zweite bekräftigte die Bedeutung der grundlegenden indischen Werte, kritisierte die Arroganz der westlichen Herrscher

Seit der Unabhängigkeit sind in den indischen Massenmedien anglo-amerikanische Bilderwelten vorherrschend. Auch die Wahrnehmung des kulturellen Europas seitens der indischen Elite wurde grundlegend durch anglo-amerikanische Medien beeinflusst. Das Ergebnis ist eine eher fragmentarische Sicht auf Europa und seine Kultur, die traditionelle Stereotypen und Klischees tendenziell verstärkt. So gilt Frankreich weiterhin vor allem als Land des guten Essens, des Weins und der Mode – ein Bild, das die französische Kulturpolitik noch zu unterstützen versucht. Die Schweiz wurde von der Bollywood-Filmindustrie als das definitive Paradies für Romantiker verewigt und ist auch heute noch die erste Wahl für die Flitterwochen Jungvermählter. Dennoch, für die große Mehrzahl der Inder ist Europa ein fremdes und seltsames Land geblieben, ein exotisches Tourismus-Ziel, zu dem nur eine privilegierte Schicht Zugang hat.

Die europäischen Nationen haben aktiv den Unterricht ihrer Sprachen in Indien

vorangetrieben (wobei neben Englisch Französisch und Deutsch die beiden gefragtsten sind). Kulturinstitute wie Alliance Française, Goethe-Institut (Max Müller Bhavan), British Council etc. haben viel zur Vermittlung der vielen Facetten europäischer Kultur in Indien beigetragen.

In den 90er Jahren fürchteten viele Kulturpuristen, dass in Nachfolge der Globalisierung, des ungezügelter Konsumterror, der Ausbreitung der Satellitenkanäle mit ihren amerikanischen Seifenoper und ihrer Breitseite von westlichen Werten, Gewohnheiten und Kleiderordnungen die traditionellen Werte schwerwiegend in Gefahr geraten und die indische Identität verloren gehen würden. Andere dagegen argumentierten, dass eine so alte Zivilisation wie Indien stark genug sein müsse, solche Einmischungen erfolgreich abzuwehren. In jüngster Zeit begannen die meisten gebildeten Inder, auch in Europa soziale und politische Schwierigkeiten im Umgang mit der Vielfalt seiner Kulturen wahrzunehmen. Sie erkannten, dass Multikulturalismus in Europa schlecht funktioniert, und dass europäische Gesellschaften nicht in der Lage sind, ethnische Minoritäten, besonders Muslime, sinnvoll zu integrieren. Für viele Inder gilt die Aufnahme der Türkei in die EU als wahrer Lackmus-Test für die säkularen und pluralistischen Überzeugungen Europas.

Es besteht in der indischen englischsprachigen Presse ein eklatanter Mangel an Beiträgen zu den politischen, sozio-ökonomischen und kulturellen Herausforderungen für das gegenwärtige Europa. Die meisten Artikel über Europa sind eher informativ und deskriptiv als kritisch; sie tendieren dazu, an Ereignisse zu erinnern statt sie zu analysieren.

Angesichts der mehr als sechs Millionen regelmäßig nach Europa oder Übersee reisenden Inder aber berichten viele Zeitungen und Magazine, sowohl auf Englisch als auch in einheimischen Sprachen, regelmäßig über die verschiedenen Aspekte der europäischen Kultur und Küche sowie touristisch attraktive Orte.

Kulturpolitik schafft Identität

Jahrzehntlang tendierte die europäische Kulturpolitik dazu, Indien zu ignorieren, zumal einige Mitgliedstaaten traditionell ihre eigenen ehemaligen Kolonien bevorzugen. Mit dem Ende der Ost-West-Kluft wurden die finanziellen Leistungen der meisten europäischen Länder wie auch der Europäischen Union für Mittel- und Ost-Europa massiv erhöht, um den Unterricht europäischer Sprachen sowie Kulturarbeit, Mobilitätsprogramme, Zivildialog und die Bildung der politischen Eliten voranzubringen. Das führte anderswo zu Kürzungen, insbesondere bei den asiatischen Nationen.

Die Grundlage der Kulturpolitik der Europäischen Union besteht darin, die Idee von Europa und einer europäischen Identität sowie dem Bemühen zum Aufbau derselben innerhalb der gesamten EU zu fördern. Die Ablehnung des europäischen Verfassungsentwurfes durch Frankreich und die Niederlande im Jahr 2005 wird wahrgenommen als die Entstehung miteinander konkurrierender Visionen von Europa, seiner Grenzen und Werte. Für die meisten Inder gibt es nicht so etwas wie eine europäische Kultur, sondern vielmehr zahlreiche Kulturen und Identitäten.

Das ist einerseits das Ergebnis der Ambivalenz des Diskurses über die europä-

ische kulturelle Identität innerhalb der EU selbst, der lange darauf erpicht war, eine europäische Identität und gemeinsame Werte zu fördern. Andererseits ist es Ausdruck der großen Heterogenität des europäischen Staatsvolks.

Die Europäische Union leidet in Indien vor allem an ausgeprägter Profillosgigkeit. Die Schräglage wird umso mehr durch die Bedeutung offensichtlich, die indische Medien Washington einräumen. Da Englisch die Lingua franca des globalen und interkulturellen Dialogs ist, bietet das Internet der „angeschlossenen Mittelklasse“ in Indien beinahe unendliche Möglichkeiten. Diese stellt (kaum bekannte und meist durch Kabelbetreiber angebotene) europäische Kanäle wie Deutsche Welle-TV vor große Probleme: Ihre standardisierten und undifferenzierten Produkte können es mit den populären englischsprachigen Kanälen wie CNN and BBC nicht aufnehmen. Trotz der inhärenten Hemmnisse zur Entwicklung einer schwungvolleren europäischen Kulturpolitik (und des Zögerns einiger Mitgliedstaaten, dazu etwas beizutragen) nehmen die Versuche zu, die jahrzehntelange strategische Missachtung Indiens durch neue innovative Programme zu überwinden. Der gemeinsame Aktionsplan, der als Teil der strategischen Partnerschaft zwischen EU und Indien (2005) beschlossen wurde, baut auf der gemeinsamen „Kulturellen Erklärung“ von Indien und der EU von 2004 auf. Die Etablierung eines Indischen Fensters im Erasmus-Mundus-Programm hat unter indischen Studenten beträchtliches Interesse hervorgerufen. Nichtsdestoweniger besteht ein dringender Bedarf an zusätzlichen bi- und multilateralen Anstrengungen.

Kulturelle Entfremdung?

Als größte Demokratien der Welt haben Indien und Europa eine Menge kultureller Gemeinsamkeiten: Beide sind mehrsprachige, multikulturelle, pluralistische, säkulare und komplexe Gesellschaften. Sie sind natürliche Partner, die gemeinsame Werte und Überzeugungen teilen, einschließlich der Verpflichtung zu Demokratie, Pluralismus, Menschenrechten und Rechtsstaatlichkeit. Angesichts des 2008 von der Europäischen Kommission deklarierten „Jahrs des interkulturellen Dialoges“ steht die Europäische Union geradezu in der Pflicht, proaktiv den Dialog mit künftigen Großmächten wie Indien voranzubringen. Viele der historischen Bindungen, die Indien traditionellerweise mit Großbritannien und damit auch mit Europa verbanden, sind hinfällig geworden. Die moderne Mittelklasse ist kaum noch an europäischer Geschichte, Kunst und Gesellschaft interessiert. Demgegenüber besteht ein großes Bedürfnis nach der Entwicklung eines stabilen Rahmens für Bildungsaustausch, der die indische Elite zu Studienaufenthalten in Europa ermutigt. Ein Hauptziel sollte es sein, die Zahl der indischen Studenten in Europa zu erhöhen, was bisher durch die Sprachbarrieren sowie dadurch verhindert wurde, dass Europa keine solchen postgradualen Studienstipendien oder Beschäftigungsperspektiven wie die Vereinigten Staaten

Für die meisten Inder gibt es nicht so etwas wie eine europäische Kultur, sondern vielmehr zahlreiche Kulturen und Identitäten.

bietet. Das verlangt eine Änderung der Visa-Auflagen und der Arbeitsmöglichkeiten, zumindest teilweise und während der Studienaufenthalte, zumal Indiens neue Generation meist nach den Vereinigten Staaten statt nach Europa schaut.

Indien wurde einst errichtet auf Grundlage der Devise „Einheit in Vielfalt“, die zugleich das proklamierte Ziel der Europäischen Union ist. Ein intensiverer interkultureller Dialog würde Europa und Indien gleichsam ermöglichen, von den Erfahrungen des jeweils anderen zu lernen. Ein Dialog über den Islam mit Indien – das die zweitgrößte muslimische Bevölkerung auf der Welt hat, mit der es seit Jahrhunderten friedlich koexistiert – könnte etwa neue Einsichten für die Integration von Muslimen in Europa eröffnen.

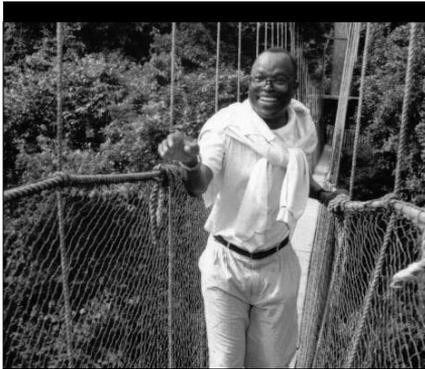
Zugleich gibt es vieles, das Indien von Europa im Hinblick auf die Tugenden der Interdependenz und regionalen Integration lernen kann.

*Aus dem Englischen von
Stephan Hollensteiner*

Rajendra K. Jain ist Professor and ehemaliger Direktor des Zentrums für Europa-Studien, Fakultät für Internationale Studien, an der Jawaharlal Nehru University in New Delhi. Von 2002 bis 2004 war er „Network Coordinator“ des JNU European Union Studies Programme. Er war als Gastprofessor in Leipzig, Tübingen und Paris tätig. Der Titel seiner neuesten Publikation lautet „India and the European Union: Building a Strategic Partnership“.

ABSCHIED VON EUROPA Einen interkulturellen Dialog zwischen Europa und Afrika gibt es nach Ansicht des Autors nicht, kulturelle Kooperationen beschränken sich meist auf schulische Projekte. Das von den Kolonialmächten einstmals aufgezwungene kulturelle Vorbild wird zunehmend abgelehnt.

Von Adjai Paulin Oloukpona-Yinnon (Lomé)



Die intensivsten Spuren, die Europäer bis in die jüngste Vergangenheit in Afrika hinterlassen haben, waren auf kulturellem Gebiet. Europäische Kultur – in Form von Bildung, Kunst, Musik, Literatur und Architektur etc. – war das deutlichste Zeichen europäischer Präsenz in Afrika. Der „moderne“ Afrikaner zeichnete sich stets dadurch aus, dass er die Merkmale europäischer Kultur übernahm: die Sprache, die Kleidung, die Gesinnung. Nach Aneignung einiger dürftiger Brocken einer europäischen Sprache glaubte er schon den Gipfel der europäischen Kultur erklimmen zu haben und schaute mit Dünkel auf seine schwarzen Landsleute, die Analphabeten, herab. Diese überhebliche Haltung stammte aus den Zeiten, als den

Afrikanern das Recht auf eigene Kultur abgesprochen worden war; sie mussten die Kultur ihrer weißen Vorbilder übernehmen, um überhaupt als Menschen anerkannt zu werden. Der Schriftsteller und Vordenker der Kolonialisierung Frantz Fanon nannte solche „Möchtegern-Europäer“ treffend „peaux noires, masques blancs“ – „schwarze Haut, weiße Maske(n)“. Diese Generation von Afrikanern hat aber längst ausgedient, ihre Zeiten sind vorbei. Die kritiklose Übernahme von europäischer Kultur ist in Afrika heute eine Randerscheinung. Wer sich noch solchem Spiel hingibt, tut es höchstens aus praktischer Notwendigkeit in der Politik oder in der Wirtschaft. Ansonsten ist europäische Kultur zur Seltenheit in Afrika geworden. Die Präsenz Europas im Leben der Afrikaner ist heute mehr politisch als kulturell zu spüren. Viele Entscheidungen der afrikanischen Staatsoberhäupter kämen ohne europäische Einflussnahme nicht zustande. Was die Wirtschaft betrifft, so gewinnt das amerikanische Wirtschafts- und Effizienzmodell immer mehr die Oberhand.

Anders als etwa in der Kolonialzeit kommen die Europäer, die heute in Afrika leben, aus verschiedenen Ländern Europas. Deshalb tritt europäische Kultur in Afrika heute nicht mehr so geschlossen auf wie zu Zeiten des Kolonialismus.

Die kulturellen Institutionen der europäischen Nationen („Goethe-Institut“, „Alliance Française“ oder dergleichen) bemühen sich zwar immer mehr um gemeinsame Veranstaltungen, mit denen sie europäische Einheit und Vielfalt demonstrieren wollen, doch bleibt das Ergebnis meistens weit von den angestrebten Zielen entfernt: Europäische Jazz-Konzerte in Afrika oder Afrika-Tourneen von bekannten europäischen Theatertruppen werden heute nur noch von „Insidern“ besucht. Die breite Masse der Afrikaner nimmt solche einmalige Events gar nicht wahr. Der schwarze Kontinent, dessen Vergangenheit so sehr von Europa gestaltet und geprägt wurde, nimmt allmählich Abschied von seinem aufgezwungenen kulturellen Vorbild.

Faktisch ist schon längst Abschied genommen worden von jenem „Zivilisationsmodell“, das dem ganzen Kontinent auferlegt wurde und das alles einschloss: christliche Religion und Moral, europäische Kultur und Kunst, Mode und Lebensweise etc. Die Afrikaner konstruieren eigene Identitäten, die tradierten afrikanischen Werten und modernen globalen Herausforderungen gerecht werden: Bevölkerungsexplosion und Armut zwingen die Afrikaner, neue Lebensformen zu erfinden, um überhaupt zu überleben. Immer mehr Propheten gründen hier und dort eigene Freikirchen, weil die etablierten Kirchen an den Bedürfnissen der Menschen vorbeipredigen. Informeller

Europäische Kultur ist heute in Afrika ein Luxus, den sich nur noch sehr wenige Afrikaner leisten können.

Handel und Recycling-Wirtschaft helfen aus der immer unkontrollierbarer werdenden Arbeitslosigkeit in den afrikanischen Metropolen. Altkleiderläden bestimmen die Mode in vielen Ländern. Es besteht kein Zweifel, dass westliche Kulturmodelle immer noch eine große Anziehungskraft haben, doch macht der tägliche Kampf ums Überleben jeden Wunsch nach europäischer Kultur zu reiner Utopie. Europäische Kultur ist heute in Afrika ein Luxus, den sich nur noch sehr wenige Afrikaner leisten können.

Es ist nicht zu leugnen, dass immer mehr Afrikaner holländisches Bier oder französischen Wein trinken, italienische Nudeln essen und deutsche Autos fahren, doch betrifft das einen geringen Teil der afrikanischen Bevölkerung und bedeutet nur Konformismus oder Ausdruck von Reichtum. Die Rolle der Kultur im Europabild der Afrikaner ist heute in Wirklichkeit sehr gering, der Großteil der Afrikaner ist davon nicht betroffen. Die Afrikaner, die sich nach europäischer Kultur sehnen oder streben, übernehmen zudem nur eine verwässerte Form oder vage Vorstellung derselben. Die Abkehr von der europäischen Kultur hat aber auch – und vor allem – einen ideologischen Grund: Kein Afrikaner von heute kann sich ehrlich und überzeugend mit einer Kultur identifizieren, die ihm jahrhundertlang das Recht auf eigene Identität abgesprochen hat.

Dieses Recht musste beispielsweise von den Begründern der „Negritude“ – dem ehemaligen Präsidenten des Senegal, Léopold Sédar Senghor, gemeinsam mit dem Schriftsteller und Politiker Aimé Césaire – hart erkämpft werden. Die Bemühungen haben aber letztendlich dazu geführt, dass Afrika seine Vergangenheit

wieder entdeckt und allmählich gerettet hat. Dadurch haben die meisten Afrikaner heute ein neues Selbstbewusstsein erlangt, das ihnen erlaubt, auf gesicherten Werten eine eigene Identität zu formen.

Kulturelle Werte

Der Kulturhistoriker Ulli Beier, der als einer der weltweit besten Kenner Westafrikas gilt, formulierte einmal die These, dass kulturelle Werte in den Köpfen von Menschen entstehen. Dort schlägen sie feste Wurzeln und etablierten sich als „gesicherte Werte“, die von Mensch zu Mensch tradiert werden. Dies beweist er anhand der Kulturen Westafrikas, die sich ständig an die Gegebenheiten von Zeit und Raum anpassten und immer wieder erneuerten: „Die Kulturen Westafrikas benutzen keine Schrift, um ihre Geschichte für die Nachfahren festzuhalten. [...] Statt einer Schrift haben die Yoruba die „sprechende Trommel“ erfunden. Ihre Geschichte und ihre Poesie, ihre Weisheit und ihr Humor konnten mittels der Trommelsprache in Musik umgesetzt werden. [...] Um sie für ein großes Publikum zugänglich zu machen, mussten sie von den Trommlern immer wieder neu ins Leben gerufen werden. Dass sich dabei die Ideen veränderten, sich immer wieder an neue Umstände anpassten – gerade darin bestand die Stärke der Kultur, die nie dogmatisch wurde, sondern immer flexibel blieb.“ Als Beleg gilt zudem eine Fotodokumentation mit Porträts der westafrikanischen Ethnie Yoruba, darunter auch vom nigerianischen Nobelpreisträger Wole Soyinka. Im Gesichtsausdruck dieser modernen Nigerianer spiegeln sich, so Beier, die „gesicherten Werte“ der Yoruba-Kultur wider.

Moderne Strohbüten

Was Beier belegen will, bezieht sich verallgemeinert zugleich auf das kulturelle Europabild der Afrikaner und das kulturelle Afrikabild der Europäer. Während die Kultur in Europa sich in einem ständigen Entwicklungsprozess befindet, sehen die Europäer die afrikanischen Kulturen oft noch im Licht der alten „Tradition“ Afrikas und ignorieren dabei, dass die Afrikaner auch einen Anpassungsprozess durchmachen. Sogar die europäischen „Kulturwissenschaftler“, deren Aufgabe darin besteht, die Kulturen zu erforschen und deren jeweilige Werte herauszuarbeiten, scheinen sich hauptsächlich damit zu begnügen, „gefährdete Minderheitskulturen“ retten zu wollen oder das „Traditionelle“, „Ursprüngliche“ und „Authentische“ an den afrikanischen Kulturen zu suchen. Mancher europäische Kulturwissenschaftler würde sicher gern sehen, dass die Afrikaner immer noch in Strohütten leben, damit er etwas zu erforschen hat.

Allem Anschein nach kann der Dialog der Kulturen nur dann erfolgen, wenn der Afrikaner seine uralte Tradition damit bringt, wo der Europäer „Hightech“ anbietet. Ähnlich geht es vielen Europäern, die – aus unterschiedlichsten Gründen – nach Afrika reisen. Wollen sie Urlaub machen, so wollen sie nur Sonne

Mancher europäische Kulturwissenschaftler würde sicher gern sehen, dass die Afrikaner immer noch in Strohütten leben, damit er etwas zu erforschen hat.

und Sand am Palmenstrand sehen, weit weg von Armut in den Slums. Kommen sie aber im Namen einer Städtepartnerschaft, so wollen sie Afrika erleben, wie es riecht und trieft. Die Sehnsucht nach dem „puren Afrika“ macht die meisten Europäer so blind, dass sie das Wesentliche vergessen: die Menschen, in deren Köpfen Kulturen entstehen und weiterleben. Gerade das macht den „Dialog der Kulturen“ unmöglich.

Dialog der Kulturen?

„Dialog der Kulturen“ ist ein Modewort, das die Notwendigkeit der kulturellen Zusammenarbeit zwischen Völkern und Nationen proklamiert, aber nicht realisiert. Die Notwendigkeit des „Dialogs der Kulturen“ wird begründet und gerechtfertigt, aber es herrscht ein großes Missverständnis darüber, was dieser Dialog ist oder sein soll. Im alltäglichen Zusammenleben von Menschen verschiedener Kulturen – ob in Afrika oder in Europa – wird der „Dialog“ einfach auf gegenseitige Toleranz reduziert. Sieht man von einigen europäischen „Avantgardisten“ ab, so wird selten versucht, die Kulturen afrikanischer Völker zu verstehen und daraus etwas zu lernen. So bleibt der „Dialog der Kulturen“ meist ein Schlagwort, mit dem die Politiker ihre Reden schmücken, um Wählerstimmen zu ernten. Es wird auch in den Berichten von Nichtregierungsorganisationen benutzt, um Projekte zu begründen und Spenden zu bekommen. Aber was den Wert einer Kultur ausmacht, was eine Kultur einer anderen Kultur bringen kann, das wollen nur wenige Menschen wahrnehmen.

Dass der schon erwähnte nigerianische Schriftsteller Wole Soyinka 1986 den Nobelpreis für Literatur bekommen hat, scheint aus heutiger Sicht nur ein Politikum gewesen zu sein. Die afrikanische Literatur ist in Europa dadurch nicht beliebter geworden. Dass ebenfalls ein Nigerianer – Okwui Enwezor – 2002 die weltbekannte Kunstaussstellung Documenta II in Kassel leitete, brachte dem schwarzen Kontinent auch nur wenig mehr Achtung im Bereich der bildenden Künste. Mit der Wahl des Nigerianers verbanden viele die Hoffnung, dass er die bröckelnde Kunstdominanz des weißen Westens auf der Weltkunstszene definitiv brechen würde. Enwezor versuchte es tatsächlich – nicht nur mit multikulturellen Positionen aus allen Kontinenten, sondern auch mit einer radikalen Absage an die These der Autonomie der Kunst. Zu oft hätten sich die Avantgarden in Formalismen verloren, sagt Enwezor. Kunst sei nur dann von Bedeutung, wenn sie sozial, kulturell und politisch relevant sei und mit ihren Mitteln Position ergreife wider Rassismus, Macht und Repression. Bezogen auf die Gegenwart heißt das für ihn: Kunst, die sich gegen die Globalisierung als „mathematische Logik“ des Kapitals respektive für eine antikolonialistische Weltgemeinschaft engagiert.

Seitdem die Documenta II vorbei ist, vermisst man die positiven Folgen einer solchen innovativen Kunstauffassung. Gerade weil solche Initiativen und die damit verbundenen kulturellen Veränderungen in Afrika von den Europäern nicht gebührend wahrgenommen werden, bleibt ein „Dialog der Kulturen“ zwischen Afrika und Europa ein Wunschtraum. Und weil die afrikanischen Künstler sich von der europäischen Kulturszene ignoriert fühlen, wenden sie sich von Europa ab und

entfalten ihr Talent in der geschlossenen Szene Afrikas.

Der Abkehrprozess, der Anfang des 20. Jahrhunderts von afrikanischen Intellektuellen ausging, hat sich in den letzten drei bis vier Jahrzehnten beschleunigt, ohne dass die Europäer ihn aufhalten konnten. Heute sind die Afrikaner der europäischen Kultur gegenüber immer ablehnender. Die sogenannten afrikanischen Intellektuellen sind heute die schärfsten Kritiker der europäischen Kulturen, auch wenn sie manche Aspekte davon gern übernehmen, wie etwa Gastronomie, Mode, Gedankenfreiheit, Fortschritt und Lebenskomfort in jeder Hinsicht.

Selbstverständlich ist Kultur immer noch ein wichtiger Aspekt der institutionellen Kooperation zwischen Europa und Afrika. Sowohl in der bilateralen als auch in der multilateralen Entwicklungspolitik werden etliche Summen für die kulturelle Zusammenarbeit ausgegeben, jedoch lassen Ergebnisse mit dauerndem Effekt auf sich warten. Das Filmfestival „FESPACO“ in Burkina Faso, das sich inzwischen in Afrika etabliert hat, wäre beispielsweise ein gutes Sprungbrett für den Vertrieb afrikanischer Filme in Europa. Aber wie viele Kinofans in Europa interessieren sich für afrikanische Filme? Die Dak'Art-Biennale sollte ebenfalls den Weg der afrikanischen Künstler in den europäischen Kunstmarkt erleichtern, doch dazu kommt es selten. Meistens betrifft die kulturelle Kooperation die finanzielle Förderung von Schul- bzw. Hochschuleinrichtungen. Selten findet man wirklich langfristige Projekte mit dem Ziel, Brücken zu schlagen und einen echten „Dialog der Kulturen“ zu etablieren.

Schön wäre es, wenn man einem Mann mehr Aufmerksamkeit schenken würde, der sein Leben lang den Dialog der Kulturen nicht nur gepredigt, sondern auch gelebt hat: der westafrikanische Schriftsteller Amadou Hampâté Bâ, der für die Kulturen in Afrika das eindrucksvolle Sprichwort geprägt hat: „Der Regenbogen verdankt seine Schönheit der Vielfalt seiner Farben“. Gibt es ein passenderes Wort, um damit auch die Kultur Europas zu kennzeichnen?

Adjaï Paulin Oloukpona-Yinnon studierte Germanistik und promovierte 1978 in Tours, 1996 folgte die Habilitation in Bayreuth und Lomé. Seit 1978 ist er Dozent in der Germanistikabteilung der Université de Lomé (Togo). Oloukpona-Yinnon ist Leiter des ArtELI (Atelier de recherches thématiques Ecritures, Littératures et Identités) an der Université de Lomé und Vorstand des Netzwerks A.v.H.N.i.A. (Alexander von Humboldt-Network in Africa).

Es ist unmöglich, sich in einem Orchester nur auf das Spielen oder Hören zu konzentrieren. Konzentriert man sich auf das Spielen, spielt man vielleicht gut, aber vielleicht spielt man auch so laut, dass man alle anderen übertönt, oder so leise, dass die eigene Stimme untergeht. Und natürlich kann man sich nicht darauf beschränken, nur zuzuhören – die Kunst des Musizierens ist jene des simultanen Spielens und Hörens, das eine unterstreicht das andere.





FALLSTRICKE DER IDENTITÄT Europa und Amerika sind durch die Geschichte eng miteinander verbunden. Aber die Idee von „Europa“ ist in Brasilien noch nicht angekommen. Trotz aller Beschwörungen einer europäischen Identität und trotz der medialen Präsenz der Europäischen Union reden die Brasilianer nicht von Europa, sondern nach wie vor von Frankreich, Italien, Spanien, Portugal, Deutschland, England und so weiter. *Von Leopoldo Waizbort (São Paulo)*



Über die kulturellen Bande zwischen Europa und Amerika zu reden, heißt auch, über den kapitalistischen Expansionsprozess zu reden, der zur „Entdeckung“ Amerikas und seiner Kolonisierung geführt hat. Es ist ein kontinentalgroßer Raum, der als Neue Welt gilt, aber nicht aus dem Nichts geboren wurde. Es ist ein Kind Europas und trägt sein Blut in sich. So ist Europa nicht nur das Fremde, das dem Eigenen der heutigen und früheren Europäer gegenübersteht, sondern zugleich auch das Eigene. Amerika ist Europa, aber in vielfältigster Weise und in unterschiedlichen Dimensionen, Intensitäten und Zeitformen.

Das Alte Europa hat sich im Verhältnis zum Neuen zugleich erneuert, und nicht

nur wegen der Ausbeutung und Anhäufung des in Amerika geraubten Goldes und Silbers sowie aller anderen Folgen. Der mannigfaltige Verkehr füllte nicht nur die königlichen Schatztruhen, sondern auch den geistigen Austausch. Es gibt noch immer kein prägenderes und gegenwärtigeres Kulturmerkmal für das Leben der Völker in Amerika als den von den Europäern vollzogenen Kolonisierungsprozess, dessen Auswirkungen bis heute anhalten. Deswegen ist – in aller Schnelle formuliert – die Unterscheidung zwischen Amerika und Europa vor allem eine Strategie des Selbstbildes und der Eigenidentität, die von den Europäern in ihrer Geschichte geschmiedet wurde und die sich in dem geografischen und imaginären Raum des überseeischen Europas, das heißt Amerika, reproduziert hat.

Diese komplexe Beziehung zwischen den Identitäten hat so tiefe Wurzeln geschlagen, dass Amerika meistens als Nicht-Europa gedacht wird, selbst wenn – nach Jahrhunderten, in denen sich die Momente von Abhängigkeit und Unabhängigkeit in Politik und Wirtschaft herauskristallisiert haben – nun alles viel klarer geworden ist. Aber ebenso wie die Unterscheidung zwischen Amerika und Europa eine Konstruktion ist, so sind es auch die eigentlichen Referenzeinheiten

Amerika und Europa. Am Ende kehrt alles wieder in das Reich der Geschichte zurück, denn nur diese kann Kriterien zur Verständlichmachung dieses vielfältigen Identitätsprozesses liefern.

Identitätswunsch Europa

Welches aber ist das Bild, das sich die brasilianische Öffentlichkeit von Europa vor allem in seiner kulturellen Dimension macht? Der Wunsch nach Identität, den die Idee „Europa“ beinhaltet, scheint mir in Brasilien nicht sehr ausgeprägt zu sein. Trotz allem, was hierzulande über Europa und die Europäische Gemeinschaft gesagt wird, herrscht immer noch die Idee der Nationalstaaten vor. Wir reden nicht von Europa, aber von Frankreich, Italien, Spanien, Portugal, Deutschland, England und so weiter. Die supranationalen Strukturen können es bei weitem nicht mit den nationalen Gegebenheiten aufnehmen, die seit langem tiefverankert sind. In Brasilien war die portugiesische, englische, spanische, deutsche, französische und italienische Präsenz trotz al-

Die Unterscheidung zwischen Amerika und Europa ist vor allem eine Strategie des Selbstbildes und der Eigenidentität, die von den Europäern in ihrer Geschichte geschmiedet wurde und die sich in dem geografischen und imaginären Raum des überseeischen Europas, das heißt Amerika, reproduziert hat.

ler Unterschiede immer sehr stark. Und das dauert unter dem Schirm der nationalen Identität auf unterschiedlichste Weise an. Die Tatsache, dass internationale Spezialisten der Gastronomie darin übereinstimmen, dass man in São Paulo spanische, portugiesische, italienische, französische und deutsche Küche so gut wie in jedem ihrer Ursprungsländer goutieren kann (aber nicht die englische Küche, mit Ausnahme von Kuchen und Tee), zeigt dieses augenfällig, sofern man zumindest Essen als Kultur betrachtet.

In São Paulo agieren Kulturinstitute der verschiedensten europäischen Nationen: Circolo Italiano, British Council, Goethe-Institut, Alliance Française und so weiter. Alle organisieren die unterschiedlichsten Aktivitäten und versuchen die kulturelle Präsenz ihrer Länder im Kulturleben der Stadt zu etablieren. Aber von seltenen Ausnahmen abgesehen arbeiten sie nicht zusammen.

Ihre Aktivitäten konzentrieren sich auf die Verbreitung ihrer jeweiligen Kultur, immer ausgehend von der Vorstellung einer Nationalkultur, die die europäische Idee immer, oder fast immer an die zweite Stelle verweist – wenn überhaupt. Diese ist sicher nicht so stark in dem Bild verankert, das wir uns von Europa machen – das vor allem ein geografischer Raum bleibt. Der außerordentliche Reichtum der kulturellen Manifestationen dieses geografischen Raums wird identifiziert und klassifiziert mittels der nationalen Identitäten, denn wir reden von Theater, Literatur und Gedankengut aus Frankreich, Italien, Deutschland und so weiter. Von einem Europa, das seine Randgebiete integrieren würde, zum Beispiel Griechenland oder Albanien, ist dabei noch weniger zu merken. Es

scheint mir in Europa keine lebendige Vorstellung zu geben, die die Nationen zusammenführt, sondern lediglich eine, die sie einzeln identifiziert und in einem größeren geografischen Raum namens Europa situiert.

Die übliche Unterscheidung zwischen dem Eigenen und dem Fremden müsste überwunden werden, und vielleicht kann dabei einen Blick in die Geschichtsbücher helfen. Aber damit müsste man Amerika und Europa und zugleich das Bemühen um eine europäische Identität in Frage stellen. Aber noch scheint sich die Idee von Europa vor allem auf die Europäische Union zu beschränken. Diese Wahrnehmung entspricht nicht den politischen und ökonomischen und auch kulturellen Kräften, die das Leben der Europäer heute prägen.

*Aus dem brasilianischen Portugiesisch
von Stephan Hollensteiner*

Leopoldo Waizbort ist Professor für Soziologie an der Universität von São Paulo und ehemaliger Stipendiat des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (1993-1995) und der Alexander von Humboldt-Stiftung (2005/2006). Er ist unter anderem Autor einer Biografie über Georg Simmel und Herausgeber der brasilianischen Ausgabe von Max Webers Musiksoziologie und Norbert Elias' Schriften.

PARADIES EUROPA In Russland wird Europa als attraktiver Partner für Kultur und Wirtschaft wahrgenommen. Insbesondere die Medien stellen den Kontinent klischeehaft positiv dar. Schuld sind mangelnde Ressourcen und journalistische Marktgesetze.

Von Sergej Sumlenny (Moskau)



Keine andere Region, keine andere Wirtschafts- und Staatenunion der Welt ist bei den Russen so beliebt wie Europa und die EU. Der Grund dafür sind nicht nur die engen historischen Beziehungen oder die geografische Nähe. In den Schulen der ehemaligen Sowjetunion war europäische Geschichte der wichtigste Teil des Pflichtfachs „Weltgeschichte“. Mindestens eine europäische Sprache mussten die Kinder lernen, ein „Kodex der europäischen Literatur“ – von Homer bis Ibsen und Dickens – war Teil des Fachs Weltliteratur. Auch die klassische russische Literatur ist von der europäischen Literatur stark geprägt. Wer die Dichter der russischen Romantik gut kennt, kann sicher sein, dass er auch fast alle Balla-

den von Schiller gelesen hat, denn deren Übersetzungen und Adaptationen waren für die Entwicklung der russischen Literatur überaus wichtig. Was in der Sowjetunion reine Abstraktion und – ebenso wie Fremdsprachenkenntnisse – kaum anwendbar war, gehört seit 15 Jahren zum Alltagsleben. Seit dem Zusammenbruch der Sowjetunion ist Europa – von Finnland bis Portugal – das beliebteste Urlaubsziel der Russen. Günstige Flugtickets, die eine Reise von Moskau oder Jekaterinburg nach Paris oder Berlin attraktiver als eine Reise nach dem fernöstlichen Wladiwostok im eigenen Land machen, vervollständigen das Bild: „Europa ist nah und attraktiv, Europa hat ein gutes Image, Europa ist beliebt.“

Die Bücher von Erlend Loe oder Michel Houellebecq liegen oft in Originalsprache in der Tasche jedes zweiten Moskauer Studenten. Die neuen Filme von Pedro Almodóvar oder Jean-Pierre Jeunet füllen die Kinos. Die vielleicht letzte Trutzburg der Verweigerung gegenüber der europäischen Kultur bleibt die moderne Kunst. Nur die wenigsten Russen (und ich gehöre nicht zu dieser kleinen Gruppe) goutieren moderne Gemälde, Skulpturen und Installationen aus Europa. Aus eigener Erfahrung eines Besuchs der Münchner Pinakothek der Moderne in Begleitung von Russen und Amerikanern kann ich sagen, dass 80 bis

90 Prozent auch derjenigen jungen Russen, die europäische Kultur und Kulturgeschichte wertschätzen, die europäische Gegenwartskunst als eine Sackgasse oder gar Degradierung der früheren schönen Künste empfinden. Das Motto lautet: „Dürer und Rembrandt sind tausendmal besser als jeder moderne Maler.“

Die moderne Kunst ist aber der einzige Teil der europäischen Kultur, der bei Russen meist nicht auf Gegenliebe stößt. Positiv und austauschfreudlich dagegen schauen die Russen auf die europäische Tradition des Rechtsstaats, auf Maßnahmen gegen Korruption oder auf erfolgreiche Beispiele von Denkmalpflege und Naturschutz. Die positive Wahrnehmung europäischer Kultur kennzeichnet eine wichtige Regelmäßigkeit: Je besser die wirtschaftliche Situation in Russland ist, desto größer sind die russischen Sympathien für die europäische Kultur. Das ist verständlich: Je besser es der russischen Wirtschaft geht, desto unbefangener fühlen sich die Russen, die Erfahrungen anderer Nationen zu übernehmen – als freie und gleichrangige Partner.

Man kann sagen: Noch nie war Europa in Russland so populär wie heute – auch dank unseres ökonomischen Erfolgs, der es nicht nur ermöglicht, uns im Ideenaustausch mit Europa endlich gleichberechtigt zu fühlen, sondern uns auch dazu stimuliert, die wirtschaftliche Zusammenarbeit mit Europa zu pflegen. Nach jüngsten Umfragen des führenden russischen Meinungsforschungsinstituts FOM ist mit 80 Prozent die große Mehrheit der Russen der Meinung, die Politik Russlands solle die Beziehungen mit der EU ausbauen. 68 Prozent meinen, eine noch engere Kooperation mit Europa sei notwendig. Und nur jeder zehnte Rus-

se hält das Verhältnis mit der EU für zu eng. Die Begeisterung für die russisch-europäischen Beziehungen ist so hoch wie nie: 39 Prozent der Befragten sagten, diese hätten sich im letzten Jahr verbessert, nur neun Prozent waren gegenteiliger Meinung.

Die Macht der Klischees

Trotzdem ist festzustellen, dass dieses schöne Bild der Integration, Kooperation und beiderseitigen Annäherung auch seine dunklen Stellen hat. Diese liegen dort, wo man sie am wenigsten erwartet – und zwar in der Arbeit der Medien.

Das von europäischen Journalisten gezeichnete Bild Russlands, ebenso wie das von russischen Journalisten dargestellte Bild Europas, ist ein Klischee oder grobe Verzerrung. Schuld sind leider keine böswilligen Journalisten (was leicht zu ändern wäre), sondern objektive Gründe. Angesichts immer kürzerer Fernsehreportagen sind die Journalisten beinahe gezwungen, tendenziell die existierenden Klischees zu wiederholen, anstatt neue Informationen zu verbreiten. Fernsehnachrichten, die stärker an die Gefühle als an die Ratio der Zuschauer appellieren, leiden unter dieser traurigen Tatsache am meisten. Auch Zeitungen und Zeitschriften müssen entweder Klischees und Vorurteile bedienen – oder ihre Leser verlieren. Dazu haben westliche und russische Journalisten, die als Auslandskorrespondenten arbeiten, zusätzliche jeweils unterschiedliche Probleme, die eine umfassende und klischeefreie Darstellung behindern.

Es ist kaum zu glauben, aber trotz der Ölmilliarden aus der russischen Wirtschaft, durch die der russische Medien-

markt erstmals seit Jahren einen echten Gründungsboom erlebt, bleiben die Auslandsstudios auch der reichsten Fernsehsender, etwa der staatlichen „Rossija“, die „Waisenkinder“ des Aufschwungs. Auch die reichsten Medien unterhalten normalerweise nur einen Korrespondenten in Deutschland (der nebenbei auch für Österreich, die Schweiz und die Niederlande zuständig ist) und einen Kameramann (der gleichzeitig als Tonassistent, Fahrer, Techniker usw. dient). Die weniger wohlhabenden Fernsehsender, wie etwa der vor zwei Jahren gegründete private Wirtschaftssender RBC-TV, haben gar keine eigenen Korrespondenten in Europa und arbeiten nur mit Stringern, also einheimischen Hilfskräften. Aus zeitlichen und wirtschaftlichen Gründen bleiben Beiträge so oft klischeehaft.

Wohl die einzige Quelle für umfassende, vielseitige und aktuelle Information über den europäischen Lebensalltag bleibt Euronews, das durch europäische und russische Sender finanziert wird und bei dessen russischer Redaktion Journalisten des Staatssenders „Rossija“ arbeiten. Das Problem dieses Senders ist seine schlechte Stellung auf dem russischen Medienmarkt – die meisten Russen wissen gar nicht, aus welchen Quellen sich Euronews speist, und werden zudem durch seinen Namen in die Irre geführt. So hat der Sender den Ruf eines „Propaganda-Fernsehens der Europäischen Union“, was natürlich gar nicht stimmt.

Eine (selbst ohne böswillige Gründe!) verzerrte Darstellung Europas in Russland führt natürlich zu einem verzerrten

Das größte Problem ist, dass westliche Journalisten sich oft freiwillig und bewusst in einem „Ideenghetto“ einschließen. Der Kreis von Interviewpartnern ist begrenzt und meist seit Jahren gleich.

Bild in den Köpfen von Zuschauern und Lesern. Auf den ersten Blick scheint diese Situation sehr gut für Europa – sein Image in Russland ist bestimmt besser, als das Leben in Europa in Wirklichkeit ist, aber wie jede Verzerrung führt auch diese zum Verlust der Realität und behindert die objektive Wahrnehmung der europäischen Politik. Für die Mehrheit der Russen bleibt Europa das Beispiel eines erfolgreichen politischen und wirtschaftlichen Systems – eine Überzeugung, die natürlich auf guten Grundlagen ruht.

Diese Überzeugung ist aber hinderlich, um die existierenden wirtschaftlichen und sozialen Probleme Europas richtig einzuschätzen und zu verstehen. Die völlig korrekte Ansicht, „Europa hat einen großen Erfolg in den letzten Jahrzehnten erlebt“ entwickelt sich so oft zu der falschen Aussage „Es gibt gar keine Probleme in Europa“. Und derjenige, der auf diese Probleme hinweist, wird oft als „altsowjetischer Propagandist“ und „antidemokratischer Populist“ bezeichnet – was natürlich reiner Unsinn ist.

Ich selbst wurde so kritisiert, als ich im Juni 2006 für die führende russische wirtschaftspolitische Zeitschrift „Expert“ einen Artikel über den schon gut sechs Monate dauernden Konflikt zwischen deutschen Uniklinikärzten und ihren Arbeitgebern schrieb. „So etwas kann in Deutschland gar nicht passieren“, schrieb mir ein Leser. „Warum versuchen Sie uns zu überzeugen, dass sich die deutsche Medizin in einer Krise befindet? Wollen Sie vielleicht die Krise der russischen Medizin retuschieren?“ schrieben andere. Der stärkste Vorwurf war, dass ich einen „Propagandaauftrag vom Kreml“ bekommen hätte. Vielleicht der einzige Bereich der europäischen Innenpolitik, den fast

jeder Russe als inakzeptabel betrachtet, ist die Einwanderungspolitik. Die Fernsehbilder von brennenden Autos in Paris (die Kamerateams der größten russischen Fernsehanstalten wurden bei Live-Übertragungen von Randalieren angegriffen) und die Protestaktionen von Muslimen in Dänemark und Großbritannien nach den Mohammed-Karikaturen haben die Russen überzeugt, dass die europäische einwandereroffene Gesellschaft mit großen Gefahren verbunden ist. Aber auch diese Ausnahme bestätigt nur die Überzeugung, dass Europa „problemfrei“ sei.

Im Ideenghetto

Das große Problem für die deutschen Journalisten in Russland sind fehlende Sprachkenntnisse. Die meisten deutschen Journalisten, die nach Russland kommen, können kein Russisch. Zu Interviews kommen sie mit russischen Produzern, die das Gespräch dolmetschen; auch die täglichen Zusammenfassungen von Berichten der russischen Medien bereiten die Producer vor. Bis heute erinnern sich russische Journalisten an einen Korrespondenten einer deutschen Fernsehanstalt, der 15 Jahre lang in Moskau arbeitete, aber nur vier Sätze in Russisch beherrschte, die er seinen Gesprächspartner jedes Mal stellte: „Wie geht’s?“, „War es früher besser?“, „Ist Ihr Präsident ein guter Mensch?“ und „Wie wird es weitergehen?“. Natürlich ist das ein Extremfall. Fehlende Sprachkenntnisse sind aber nicht das größte Problem westlicher Journalisten: Sie schließen sich oft freiwillig und bewusst in einem „Ideenghetto“ ein. Der Kreis von Interviewpartnern ist sehr begrenzt und meist seit Jahren gleich.

Die meisten Personen, die den deutschen Medien Interviews zu aktuellen Themen der russischen Innen- und Außenpolitik geben, gehören seit Langem nicht mehr zur politischen Szene des Landes. Für die Russen sind sie marginale Figuren, deren Worte man so wenig beachtet, wie in Deutschland die Aussagen vom Pressesprecher der NPD oder der Neuen Linken – als „Politiker“ werden diese Leute nur von deutschen Medien hofiert. Das schlimmste ist, dass solche Leute wegen ihrer prekären Einkommensverhältnisse für das Gespräch oft Geld von den Deutschen bekommen. So werden sie von diesen Interviews abhängig und käuen immer wieder, was man von ihnen erwartet – ein Teufelskreis.

Trotz allem bin ich optimistisch, dass diese Probleme in einer gewissen Zeit wenn nicht gelöst, so zumindest gemindert werden. Je mehr russische und europäische Journalisten der Euronews-ähnlichen Fernsehanstalten ein realistisches Bild von Europa in Russland verbreiten, und je mehr Journalisten (auch durch die Zusammenarbeit von russischen und europäischen Zeitschriften und Fernsehsendern) ein umfassendes Bild von Russland nach Europa tragen, desto leichter wird es, den Fluss wahrheitsgetreuer Informationen stetig in beide Richtungen zu steigern – und desto weniger Klischees und Missverständnisse setzen sich in den Köpfen von Russen und Europäern fest.

Sergej Sumlenny ist gelernter Journalist, promovierter Politikwissenschaftler und Deutschland-Korrespondent des russischen Wirtschaftsmagazins „Expert“. Zuvor war er Mitarbeiter des ARD-Hörfunkstudios Moskau und des privaten Wirtschaftssenders RBC-TV. Als Stipendiat der Alexander von Humboldt-Stiftung erforschte er in den Jahren 2005/2006 die Beziehungen zwischen Medien und Politik.

Die Seele Europas verträgt sich nicht mit der Sprache der Buchhalter und Notare, die in den Institutionen der Europäischen Union so verbreitet ist. Wir müssen uns fragen: Warum wollen wir in Europa zusammenleben? Wie wollen wir zusammenleben? Dann wissen wir auch, was den Geist Europas ausmacht.

Bronislaw Geremek, ehemaliger polnischer Außenminister, MdEP





KERNSTÜCK ODER ZIERBLUME? Kultur ist „in“, auch in der Europäischen Union. In Brüssel wird sie aber nicht nur von der zuständigen Generaldirektion, sondern auch von vielen anderen Politikfeldern bearbeitet. Welchen Stellenwert nimmt die Kulturpolitik in der Europäischen Union ein? *Von Enrique Banús*



Wenn ich noch einmal beginnen könnte, würde ich mit der Kultur anfangen.“ Jean Monnet hat ihn zwar nicht geäußert, aber sein vermeintlicher Wunsch zum Stellenwert der Kultur kursiert sogar in Amtsschriften. Doch wir sind weit davon entfernt. Denn entgegen der optimistischen Prophezeiung des Europäischen Parlaments im Jahr 1983, bald ein Prozent des EU-Haushalts der Kultur zu widmen, sind es heute nur 0,03 Prozent (einschließlich Sprachen, aber ohne Audiovisuelles). Mit Fug und Recht darf sogar bezweifelt werden, ob auf Gemeinschaftsniveau von einer Kulturpolitik die Rede sein kann. Rein rechtlich sieht es nicht danach aus, da im Vertrag eigentlich nur Koordinierungs- und Ergänzungsmaßnahmen

vorgesehen sind. Auch die ungeborene Verfassung sieht keinen entscheidenden Wandel in den Artikeln zur Kultur vor.

So könnte der Beitrag mit diesen Feststellungen schnell beendet sein. Doch so einfach ist die Sache – wie so oft bei den Irrungen und Wirrungen der europäischen Einigung – nicht. Es ist zwar richtig, dass die Zuständigkeit für kulturelle Fragen an die Gemeinschaft sehr zurückhaltend übertragen wurde. Das hat damit zu tun, dass die Hauptverantwortlichen für Kultur in vielen Mitgliedstaaten seit eh und je die Länder oder im Zuge der seit den 80er Jahren stark voranschreitenden Dezentralisierung die Regionen sind, und diese wie jene wachsamen Hüter ihrer Verantwortungen sind. Die vorherrschende und weit verbreitete Meinung geht davon aus, dass sich Kultur so nahe wie nur möglich am Bürger entfalten soll. Die „Brüsselisierung“ der Kultur – man verzeihe den gewaltsamen Neologismus – würde zudem auf wenig Sympathien stoßen.

Nicht einmal die grundlegenden Dokumente lassen dies zu: Zwar wird der Kommission in dem Vertrag von Maastricht die Sorge um das „gemeinsame kulturelle Erbe“ anvertraut, doch eigentlich in zweitrangiger Stellung gegenüber der kulturellen Vielfalt, die in dem betreffenden Artikel (nun mit der Nummer 151) gleich zweimal erwähnt wird. Die

Vielfalt ist zu wahren, das gemeinsame Erbe soll hervorgehoben werden. Dieses wird allerdings zusätzlich geschwächt, weil nirgends eine klare Definition des Begriffes zu finden ist.

Trotz allem kann die Bedeutung der Kultur und ihre Berücksichtigung in der Politik der Gemeinschaft zumindest auf drei Ebenen untersucht werden: Zum einen kann das Wirken der Generaldirektion Kultur beleuchtet werden, dem die direkte Sorge für die Ziele des Artikels 151 obliegt; zum anderen ist leicht festzustellen, dass auch andere Politikbereiche (von der traditionsreichen Binnenmarkt- bis zur finanzkräftigen Regionalpolitik) die Kultur tangieren. Und drittens ist die kulturelle Dimension in den letzten Jahren verstärkt im Zusammenhang mit der Außenpolitik aufgetaucht. Schließlich könnte auch noch die Kultur in einem weiten Sinn bedacht und etwa mit dem Gedanken einer „europäischen Identität“ in einen Zusammenhang gebracht werden.

Audiovisuelle Kultur

Im Organisationsplan der Kommission gehört Kultur- und Bildungspolitik seit eh und je zu einer Generaldirektion. Auch der Sport gehört dazu. Nun hat sich die Sprachpolitik hinzugesellt (besser: die Sorge um die Mehrsprachigkeit), aber auch Jugend und Zivilgesellschaft. Abhanden gekommen ist der Bereich „Audiovisuelles“, der zur neuen Generaldirektion „Informationsgesellschaft und Medien“ gehört. Das alles ist nicht besonders spannend. Aber die Scheidung des Audiovisuellen von der Kultur ist doch bemerkenswert, war jenes doch lange das Lieblingskind der Kulturpolitik, dem

mehr Mittel zur Verfügung gestellt wurden als allen anderen Kulturbereichen zusammen (auch heute noch). Es hatte sich die Mär verbreitet, Film und Fernsehen würden mehr als Literatur oder Musik zur Prägung des (europäischen) Bewusstseins beitragen. Ohne Zweifel ist dagegen, dass dieser Sektor größere Einnahmen verspricht, so dass sich nahe an der Handelspolitik ein eigenes Feld herausbildete.

Es ist in der Tat im Bereich des Audiovisuellen, in dem am ehesten „politisch“ agiert wurde. Es ging – vor allem in den Jahren, in denen François Mitterrand in Frankreich das Sagen hatte – darum, den europäischen Film zu unterstützen und ihm zu höherem Marktanteil zu verhelfen. Begründet wurde dies damit, dass der europäische Film europäische Werte vermittele und der Amerikanisierung in der Filmwelt politisch gegengesteuert werden müsse. Das hat nicht nur zur Filmförderung geführt, sondern auch zu Regelungen, die vor allem für das Fernsehen gelten und deren bekanntester Teil die „europäische Quote“ ist. Auch hat es zur „exception culturelle“ geführt: Liberalisierung des internationalen Handels ja, aber nicht für Kulturprodukte; hier dürften die Staaten nicht nur fördern, sondern eben auch fordern, dass die besagten Quoten eingehalten werden. Das Zuschauerverhalten der Europäer hat sich mit alledem nicht wesentlich verändert: Die Renner auf dem europäischen Filmmarkt kommen weiterhin aus den Vereinigten Staaten, 70 Prozent ihrer Einnahmen erzielen die Kinos in Europa mit US-Produktionen. Aber immerhin verdankt mancher bemerkenswerte europäische Film und manches Filmfestival seine Existenz der Gemeinschaft.

Nicht, dass Frankreich in jenen Jahren allein gestanden hätte (es war die offizielle Verhandlungsposition der Union), aber die große Begeisterung dafür wollte sich bei anderen Mitgliedstaaten doch nicht so recht einstellen. So hat sich nun die Lage an dieser Front etwas entspannt, und es bleiben die MEDIA-Programme, die 1991 eingeleitet wurden und nun unter dem Namen MEDIA Plus und MEDIA Training bis Ende 2006 galten. Parlament und Rat haben am 16. November 2006 bereits dem Nachfolgeprogramm grünes Licht gegeben. In der Begründung dieser Entscheidung heißt es: „Der europäische audiovisuelle Sektor spielt bei der Entstehung einer Europabürgerschaft eine zentrale Rolle, weil er eines der wichtigsten Instrumente darstellt, um den Europäern, vor allem den jungen unter ihnen, die gemeinsamen Grundwerte sowie die gemeinsamen sozialen und kulturellen Werte der Union zu vermitteln.“

Auf diversen Dokumenten fußend folgen weitere Begründungen für die vorgesehene Maßnahme. Ist es nur Zufall, dass die Wirtschaft dabei massiv zum Zuge kommt? Es wird die Lissabon-Strategie genannt, und in diesem Zusammenhang heißt es vonseiten des Europäischen Rats, dass „die Informationsanbieter durch die Nutzung und Vernetzung der kulturellen Vielfalt in Europa einen Mehrwert“ schaffen. In der Welt der Kultur wird diese „Nutzung“ der kulturellen Vielfalt keine Begeisterung entfachen (noch weniger der entsprechende englische Terminus „exploit“), doch verwunderlich ist es nicht: Kultur und Kommerz vermischen sich hier in einer Weise, die manch einem als Instrumentalisierung der Kultur grauenhaft, dem anderen aber ganz natürlich erscheint. Der Ansatz ist jedenfalls nicht ein

liberaler, sondern entspricht den normalen Kulturpolitiken in vielen Staaten, die mit Fördermitteln zu helfen versuchen. Vertrieb, Festivals, aber auch die Produktion wird gefördert, hier meist mit nicht mehr als 50.000 Euro pro Film.

So wird es zu MEDIA 2007 kommen; es soll gelten bis Ende 2013 (unverkennbar ist die Tendenz, die Laufzeit der Programme dem bereits beschlossenen Finanzrahmen anzupassen) und 1.055 Million Euro zur Verfügung haben. Hinzukommen wird eine neue Aktion: „i2i Audiovisual“, die die Chancen der Filmproduzenten bei den Kreditanstalten erhöht.

Dies- und jenseits der Generaldirektion

Die Kulturpolitik, wie sie von der zuständigen Generaldirektion in den letzten zwanzig Jahren entfaltet worden ist (1986 bekam die für Informationspolitik zuständige Generaldirektion auch die „Kultur“ zugeschlagen), gleicht einer fortschreitenden Lichtung des Waldes. Schon bevor der Gemeinschaft formell Zuständigkeiten für Kultur übertragen wurde, hatte sich etwas getan. Aktionen der Kommission vor allem im Bereich des Denkmalschutzes hatten – selbstverständlich mit Einverständnis der Mitgliedstaaten – dem vorgegriffen. Wegen fehlender Rechtsgrundlagen wurden die Beschlüsse als Beschlüsse „der im Rat vereinigten Minister für Kultur“ verabschiedet. Dann kam eine Zeit wilder Aktionen, von der Unterstützung von Übersetzer-treffen bis zu Zuschüssen zur Ausbildung von Kulturmanagern oder Ausstellungen von Werken junger Künstler – eine bunte Palette, die wenig Konturen offenbarte. Nach dieser Zeit des Suchens, was eigent-

lich Kulturpolitik sei (die eigentlich nur „Aktionen im Kulturbereich“ sein durfte), kristallisierten sich drei Felder heraus, die 1993 zu Programmen mit den schönen Namen „Raphael“, „Ariane“ und „Kaleidoskop“ führten. Dem Kulturerbe ist das erste gewidmet, dem Lesen und der Literatur das zweite, während das dritte offen bleibt für mannigfache Initiativen, die immer in der Zusammenarbeit verschiedener Partner organisiert werden sollen.

Die Programme hielten sich bis Anfang des 21. Jahrhunderts; dann wurden sie durch „Kultur 2000“ abgelöst, deren Ziel es ist, „einen gemeinsamen Kulturraum für alle Völker Europas unter Wahrung ihrer nationalen und regionalen Vielfalt“ zu schaffen, wie es auf der Webseite heißt. Dies sollte geschehen „durch die Förderung des kulturellen Dialogs und der Kenntnis der Geschichte, der Schaffung und Verbreitung der Kultur, des Austauschs von Künstlern und ihrer Werke, des europäischen Kulturerbes, neuer Formen kulturellen Ausdrucks sowie der wirtschaftlichen und sozialen Bedeutung der Kultur. ‚Kultur 2000‘ unterstützt Projekte transnationaler Zusammenarbeit zwischen Kulturschaffenden und -akteuren sowie den Kulturinstitutionen der am Programm teilnehmenden Länder“. Erneut steht hier ein weit gefasstes, aber traditionelles Förderprogramm: Die Union entfaltet nur eine sehr geringe eigene Aktion, das Gros der Haushaltsmittel (nur 10 Prozent bleibt ausgeschlossen und kann für „sonstige Ausgaben“ verwendet werden) erwärmt die Herzen der Kulturschaffenden (Vermittler und Organisatoren), falls sie die Geduld haben,

Die grenzüberschreitende Dimension ergibt sich aus dem interkulturellen Dialog der verschiedenen Akteure, die erforderlich sind, um das Geld auszugeben.

alle Formulare auszufüllen – und falls der Auswahlausschuss sich geneigt zeigt.

Mit den 236,5 Millionen Euro, die für den Zeitraum 2000–2006 zur Verfügung stehen, sollen finanziert werden: „spezielle innovative und/oder experimentelle Maßnahmen“, die „insbesondere auf die Herausbildung und Entfaltung neuer Formen des kulturellen Ausdrucks, die Verbesserung des Zugangs zur Kultur, insbesondere für Jugendliche und benachteiligte Bevölkerungsgruppen, sowie die Live-Übertragung von kulturellen Veranstaltungen mittels der neuen Technologien der Informationsgesellschaft“ zielen; integrierte Maßnahmen im Rahmen von strukturierten und mehrjährigen Abkommen über eine kulturelle Zusammenarbeit; „die Abkommen betreffen einerseits die Vertiefung eines Kulturbereichs, andererseits die Verknüpfung verschiedener Kulturbereiche“; schließlich sollen „besondere kulturelle Veranstaltungen mit europäischer und/oder internationaler Ausstrahlung“ gefördert werden, wenn sie „das Gefühl der Zugehörigkeit zu ein und derselben Gemeinschaft stärker ins Bewusstsein“ rücken. Sehr konkret ist das nicht, und der Teufel steckt im Detail. Der Ermessensspielraum der Beamten war immer relativ groß, nun werden auch noch externe Sachverständige bei der Auswahl herangezogen.

Blickt man auf die Projekte, die im Jahr 2005 gefördert wurden, so zeigt sich das Ergebnis der „Kulturpolitik“ der Kommission (d. h. der Subventionspolitik im Bereich der Kultur). Es fällt auf, wie unterschiedlich die Staaten sich daran beteiligen. Vom Spitzenreiter Italien wurden 35 Projekte gefördert, aus Deutschland 25 und aus Spanien sechs, so viele wie aus Bulgarien, den Niederlanden oder Slowe-

nien (gezählt ist jeweils das Land, aus dem der Antrag kam; bei jedem Projekt wirken Partner aus anderen Ländern mit). Die Daten können hier nicht analysiert werden, sind aber aufschlussreich für den verschiedenen Umgang mit Gemeinschaftsmitteln.

Interessanter sind die Lebensbereiche, die von den Projekten abdeckt werden und damit für „Kultur“ gehalten werden: „Culture Heritage“ (der englische Begriff soll beibehalten werden), „Translation – Literature“, „Performing Arts“, „Translation – Science“, „Visual Arts“, „Literature, Books & Reading“, das sind die bedachten (nicht sehr originellen) Kategorien. Sie entsprechen etwa den Abteilungen eines Kulturministeriums und markieren ein Gebiet, in dem höchstens der große Anteil der Übersetzungen spezifisch erscheint (50 Projekte für die Literatur, 20 für die Wissenschaft). 63 von 218 Projekten sind dem Kulturerbe gewidmet und 56 den „Performing Arts“, was auch konventioneller Kulturpolitik entspricht; Literatur und „Visual Arts“ sind weniger stark vertreten.

Es geht also oft um die Vermittlung kultureller Inhalte eines Staates in andere und um Kulturvermittlung überhaupt (bei der Sparte Literatur handelt es sich oft um Übersetzungen); es geht um Kulturerbe, oft grenzüberschreitend, manchmal aber bezogen auf eine bestimmte Gegend, deren Erbe wohl für „europäisch“ angesehen wird; es geht um Festivals und immer um gemeinsame Projekte mit Partnern aus verschiedenen Ländern – die grenzüberschreitende Dimension ergibt sich aus dem interkulturellen Dialog der verschiedenen Akteure, die erforderlich sind, um das Geld auszugeben (immerhin waren in den genehmigten Projekten insgesamt 1198 Partner involviert).

Bei alledem ist man eigentlich schon in eine Falle hineingetappt: die der Quantifizierung der Kultur. Wie viele Projekte, wie viele Bereiche, wie viele Partner? Wichtiger wäre zweifellos die inhaltliche Analyse der Projekte, aber vom „Canto della Pace“ bis zu „Industrial Mining Heritage“ ist vieles vertreten, ein kunterbuntes Allerlei, das gewiss Vielfalt widerspiegelt und – aber das ist schwieriger festzustellen – jene im Vertrag erwähnte Gemeinsamkeit des kulturellen Erbes.

Auf den ersten Blick handelt es sich nur um wenige Projekte für Kulturschaffende; das Technische überwiegt gegenüber dem Kreativen. Die Schwerpunkte einer eigenen Kulturpolitik mit klarem Profil sind kaum erkennbar; die Rolle der EU als „Mäzen“ bei der Zuteilung der meisten Mittel erschwert es, kraftvolle Linien zu zeichnen. So entsteht ein Mosaik der Anträge, die der Eigeninitiative entspringen und sich nicht um allgemeine Prioritäten scheren.

Nicht antragsgebunden sind eben die Millionen, die für Aktionen gedacht sind, die der direkten Initiative der Gemeinschaft entspringen. Diese Mittel gehen zu einem guten Teil in das Programm der „Kulturhauptstadt“, eine inzwischen höchst populäre Einrichtung, für die viele Städte ins Rennen gehen. Die Auswahl läuft zunächst auf nationaler, dann auf Gemeinschaftsebene (Spanien etwa wird erst 2016 zum Zuge kommen, und jetzt gibt es bereits sieben feste Kandidaten). Eine weitere projektunabhängige Aktion

Bei alledem ist man eigentlich schon in eine Falle hineingetappt: die der Quantifizierung der Kultur. Wie viele Projekte, wie viele Bereiche, wie viele Partner? Wichtiger wäre zweifellos die inhaltliche Analyse der Projekte.

unterstützt finanzielle Organisationen, die sich auf europäischer Ebene für Kultur engagieren – seien es nun das Europäische Büro für Weniger Verbreitete Sprachen oder das Informations- und Dokumentationsnetz Mercator oder die historischen Mahnmale für die ehemaligen Konzentrationslager der Nationalsozialisten. Und dann kommt die Liste der „Organisationen im Sinne des Anhangs I Abschnitt 3 Aktionsbereich 2 Nummer 2“ (durchaus als Antwort für ein Quiz geeignet!), die normalerweise (außer in den Jahren 2004 und 2005) eine offene Ausschreibung vorsieht: Unter den 39 Privilegierten befinden sich Orchester (Jugend-, Kammer- und Barockorchester der Europäischen Union oder Philharmonien der Nationen), die Föderation der Chöre und andere Akteure der Chormusik, das Europäische Opernzentrum, die Jazzformation „Swinging Europe“, die Europäische Vereinigung der Konservatorien, die Europäische Theaterkonvention und die Union Europäischer Theater (und andere mit dem Theater verbundene Initiativen), der Europäische Schriftstellerkongress, die Künstlerdörfer, das Europäische Netz der Kunstorganisationen für Kinder und Jugendliche, die Ausbildungsstätte für Kulturverwaltung, die musealen Organisationen, Euroballet und schließlich die Europäische Vereinigung der Historischen Schützengilden. Die Liste ist lang, aber nötig, um festzustellen, dass alle Bereiche tangiert werden, dass sicherlich viel Lobbyarbeit hinter der Förderungszusage steckt und dass wahrscheinlich doch ein wenig nach dem „Gießkannen-Prinzip“ vorgegangen wird: nicht viel Wasser, aber für viele Blumen.

Und doch bleibt zu vermuten, dass die Existenz mancher dieser Einrichtungen von dem Unionszuschuss abhängt.

Für 2006 gab es eine offene Ausschreibung, bei der 34 Organisationen ausgewählt wurden. Viele alte Bekannte sind dabei, von den Neuen ist das Mittelmeer-Jugendorchester mit 91 Musikern aus 16 Ländern zu erwähnen; die Alte Musik wird nun bedacht und manches bei den anderen Sparten hat sich verschoben, aber entscheidend hat sich das Bild nicht gewandelt: Hinter der revolutionär klingenden „Tumult“-Stiftung aus Polen verbirgt sich ein Filmfestival, das Berliner „Bootlab zur Förderung Unabhängiger Projekte“ befasst sich mit Medien, und die italienische „Fondazione Fabbrica Europa per le Arti Contemporanee“ hat weite Ziele. Das „Gießkannen-Prinzip“ aber besteht fort: Für die 34 Träger sind 5,5 Millionen vorgesehen, was im Durchschnitt zu einem Segen von etwa 162.000 Euro verhilft. Es mag jeder selbst beurteilen, ob es sich um Kulturpolitik handelt oder ob die EU zum Mäzen geworden ist – mit einigen Schwerpunkten, die das Grenzüberschreitende betonen.

Kultur, allenthalben und allerorts

Dabei steht die Generaldirektion Kultur nicht so einsam da. Im Hinblick auf die nationalen Kulturpolitiken lohnt sich etwa in Frankreich der Besuch bei anderen Ministerien, um festzustellen, was der Staat alles für die Kultur tut – auch im Verteidigungsministerium etwa kann ein Budget für Kultur gefunden werden. Aber auch in Brüssel ist es geboten, anderswo nach Kultur Ausschau zu halten, heißt es doch im Vertrag: „Die Gemeinschaft trägt bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmungen dieses Vertrags den kulturellen Aspekten Rechnung“. Es scheint,

dass sich dies auf alle Bestimmungen des Vertrags bezieht, was dem Vertrag einen sympathisch utopischen Zug gibt. Es ist aber sehr schwierig, diese Allgegenwart der Kultur zu garantieren: Nach dreizehn Jahren Geltung dieses Artikels ist bisher nur ein „Erster Bericht über die Berücksichtigung der kulturellen Aspekte in der Tätigkeit der Europäischen Gemeinschaft“ im Jahr 1996 erschienen – auf den zweiten wartet man seit zehn Jahren.

Wo finden sich weitere Aktionen der Gemeinschaft mit Auswirkungen auf die Kultur? Zweifellos in dem schon genannten Bereich des Audiovisuellen, der nun in der Generaldirektion Informationsgesellschaft zu finden ist. Auch das Internet, dessen Bedeutung für die Kultur kaum zu unterschätzen ist, wurde hier angesiedelt. Unter der Rubrik „Culture in the Digital Era“ geht es somit um Audiovisuelles, Rundfunk und Internet – und oft um technische Aspekte, etwa die Sicherheit der elektronischen Kommunikation, die neuen technischen Möglichkeiten im Bereich des Rundfunks und ähnliches. Der Internet-Gebrauch wird vor allem auf die Bereiche Gesundheit, Geschäfte, Bildung und Verwaltung, aber auch inklusive Gesellschaft angewandt. Alles hat im strengen Sinne nicht viel mit Kultur zu tun, in einem breiteren Sinne aber massive Auswirkungen auf die Kultur – obwohl wenig Konkretes dazu gesagt ist, ist wenigstens die Sorge um diese Auswirkungen unverkennbar. Direkter auf Kultur bezogen sind die geförderten Programme zur Digitalisierung und Vernetzung von Museen, Bibliotheken und (Musik-)Archiven, aber auch von historischen Filmen und historischen Karten. Wiederum eine Bezuschussungspolitik, deren Qualität von den Anträgen und den Auswählenden abhängt.

Gewiss sind kulturelle Aspekte auch in anderen Generaldirektionen zu finden: Bei Landwirtschaft und Ländliche Entwicklung, Gesundheit und Verbraucherschutz oder Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit, aber auch Umwelt (über zehn Prozent der vom LIFE-Programm geförderten Projekte sind direkt mit Kultur verbunden) oder Entwicklungshilfe (auch wegen des Themas „Tourismus und Kultur“) und Handel, wo etwa die Aspekte der Urheberrechte und der Berücksichtigung audiovisueller Produkte bei der Liberalisierung des Welthandels angesiedelt sind. Das Thema ist seit der Uruguay-Runde aus dem Rampenlicht verschwunden, aber auf der Website der Generaldirektion Handel gibt man sich bei den Nachfolge-Verhandlungen „committed to defending the right of WTO members to promote cultural diversity“.

In der Forschungspolitik finden sich im 5. und 6. Rahmenprogramm etwa 115 wichtige Projekte zur Kultur, die eine sehr breite Palette umfassen und oft mit dem Kulturerbe zu tun zu haben und sich manchmal überraschender Akronyme bedienen – etwa AMICITIA („Asset Management Integration of Cultural Heritage in the Interexchange between Archives“) oder MATAHARI, was „Mobile Access to Artefacts and Heritage at Remote Installations“ bedeutet.

Für die Regionalpolitik ist schon vor Jahren nachgewiesen worden, dass viele der geförderten Projekte einen kulturellen Inhalt hatten oder wieder mit dem Kulturerbe verbunden waren. Da ging es

Es steckt viel Lobbyarbeit hinter der Förderungszusage, und wahrscheinlich wird doch ein wenig nach dem „Gießkannen-Prinzip“ vorgegangen: nicht viel Wasser, aber für viele Blumen.

um die Verwandlung einer stillgelegten Mühle in ein Ökomuseum oder um die Erschließung einer Region für den Kulturtourismus und um vieles mehr. Hier teilt die Kommission die seit den 80er Jahren verbreitete Ansicht, Kultur könne ein sehr geeignetes Mittel zur Förderung wirtschaftlichen Wachstums sein, aber auch zur Revitalisierung von Regionen in einem Strukturwandel.

Kultur ist unverkennbar zwar nicht allgegenwärtig im Wirken der Gemeinschaft und nicht einmal dominant oder prioritär, taucht aber an vielen Stellen auf. Der Gemeinschaft ging es schon seit den 50er Jahren um Schaffung eines gemeinsamen Marktes und Abschaffung der Handelsschranken. In den Römischen Verträgen taucht das Wort „Kultur“ nicht auf, und leicht könnte der Eindruck entstehen, erst mit der Einführung des erwähnten Artikels 128 (heute 151) durch den Maastrichter Vertrag werde Kultur relevant. Das wäre kurzfristig: Der Markt entwickelt sich nicht im Vakuum; er ist Teil der Gesellschaft, wirkt aus ihr heraus und in sie hinein – genauso wie die Kultur. Und in der Tat ist bald festgestellt worden, dass die Freizügigkeit der Waren auch „Kulturgüter“ mit einbezieht und dass sich die Freizügigkeit der Arbeitnehmer auch auf Kulturschaffende erstreckt. Auch im Subventionsrecht tauchen Fälle auf, in denen Kultur tangiert wird, und manche Richtlinie verweist ausdrücklich darauf, dass sie auch auf kulturelle Tätigkeiten anwendbar ist.

Allerdings ist die Kollision zwischen der Freizügigkeit – einem Fundament des gesamten Gemeinschaftslebens – und dem Schutz der Kultur ausdrücklich in dem Sinne geregelt, dass Ausnahmen von Freizügigkeit erlaubt sind „zum Schutze (...)

des nationalen Kulturguts von künstlerischem, geschichtlichem oder archäologischem Wert“, wie es im Römischen Vertrag heißt. Auch gibt es die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs, in dem auf „Kultur“ Bezug genommen wird. Dabei geht es nicht nur zunehmend um urheberrechtliche Angelegenheiten, sondern oft eben um Fragen der Freizügigkeit im Zusammenhang mit dem Kulturleben (oder den Medien). Dabei machen Staaten meist erfolglos geltend, eine die Freizügigkeit einschränkende Maßnahme ließe sich mit dem Schutz der Kultur begründen.

Dass Kultur im Gemeinschaftsleben wichtig ist, taucht auch an unerwarteten Stellen auf. So verfasste die Kommission 1997 eine Mitteilung an den Rat und das Europäische Parlament (und einen entsprechenden Beschluss) „über den Sektor Oliven und Olivenöl (einschließlich wirtschaftlicher, kultureller, regionaler, sozialer und umweltpolitischer Aspekte)“. Leider wurde 1987 in dem berühmten Erlass zum deutschen Reinheitsgebot für Bier aber nicht auf die kulturellen, sondern allein auf die gesundheitlichen Effekte hingewiesen.

Von Kultur zum interkulturellen Dialog

Damit wären wir bei einem anderen Punkt, bei dem Kulturpolitik immer wichtiger wird. Er ist im Rahmen der Mittelmeerpolitik – einem Steckenpferd von Romano Prodi – als wichtiger Pfeiler einer neuen Nachbarschaftspolitik entwickelt worden: Der interkulturelle Dialog, dem das Jahr 2008 speziell gewidmet sein soll. Der Mittelmeerraum – seit eh und je Kreuzung der Zivilisationen, Agora viel-

fältiger (und nicht nur positiver) Begegnungen – ist erneut zum Schicksalsmeer Europas geworden. Angesichts der Massenimmigration aus Nordafrika, mancher nicht so friedlicher Anrainerregionen sowie mancher Drohungen und Missverständnisse scheinen die überaus reichen Chancen dieses geografischen und kulturellen Raumes zum Nachweis der stupiden These vom „Clash“ der Zivilisationen zu verkommen. Ob es klug ist, auf diese These mit der Entwicklung eines interkulturellen Dialogs zu antworten, sei dahingestellt. Jedenfalls sind in diesem Bereich in den vergangenen Jahren erhebliche Bemühungen unternommen worden: In Brüssel wurden von der Kommission mindestens drei große Kongresse organisiert, und Romano Prodi selbst ernannte eine hochkarätige Beratergruppe, deren Schlussdokument trotz mancher Obsessionen wertvolle Hinweise liefert, wie die Hoffnung, dass Dialog nicht nur zur Toleranz, sondern zum Respekt führen, verwirklicht werden kann. In diesem Dokument aus dem Jahr 2003 heißt es: „Zum einen muss im Dialog mit dem Anderen die Quelle neuer eigener Bezugspunkte gesucht werden und zum anderen müssen alle den gemeinsamen Wunsch haben, über die legitime Vielfalt der erbten Kulturen hinaus eine gemeinsame Zivilisation zu errichten.“

Die Erziehung zu einem interkulturellen Dialog, der auf breiter Basis und nicht nur in organisierten Foren stattfindet, und die krampflose Verknüpfung der nötigen Offenheit mit der Überzeugung von der Wichtigkeit der grundlegenden Werte einer demokratischen Gesellschaft sind wohl große Herausforderungen in diesem Bereich, der viele wertvolle konkrete Projekte aufweist, die teils auch

vom Euromed-Programm wirkungsvoll unterstützt werden. Nun verschmilzt der Mittelmeer-Schwerpunkt mit den anderen Nachbarn zu einer neuen Politik, in deren Gründungsdokumenten der interkulturelle Dialog zwar nur vereinzelt erwähnt wird, in denen aber mehrfach von der Grenze als Begegnungsraum statt als Trennung speziell der Kulturen die Rede ist. Es ist bemerkenswert, wie positiv der Schmelztiegel-Effekt der Grenzregionen beschrieben wird. Demnach soll der „Austausch von Humankapital, Ideen, Wissen und Kultur“ sowie der „freie Ideenaustausch zwischen Kulturen, Religionen und Traditionen“ gefördert werden: Freizügigkeit einmal anders, auch wenn das – jedenfalls für die Staatsbürger mancher Nachbarstaaten – nicht immer einfach ist.

2008, im Jahr des interkulturellen Dialogs, sollen zehn Millionen Euro vor allem für die Bereiche Kultur, Bildung, Jugend, Sport sowie Unionsbürgerschaft zur Verfügung stehen. Die Kommission begründet es wie folgt: „Der interkulturelle Dialog bietet den Bürgerinnen und Bürgern ein Instrument für den Umgang mit der komplexen Realität unserer Gesellschaften und deren Dynamisierung.“ Vielleicht wird zu viel erwartet von diesem Dialog, wenn er beitragen soll zur „Sensibilisierung der europäischen Bürger/innen und aller Menschen, die in der Europäischen Union leben, für das Konzept einer aktiven und weltoffenen

Im Grunde ist die europäische Integration von Anfang an ein Projekt des Dialogs gewesen, und obwohl die Kulturen in den Mitgliedstaaten einen gemeinsamen Nenner haben, so sind die Unterschiede unverkennbar. Der Dialog war also immer auch interkulturell.

Unionsbürgerschaft, die kulturelle Unterschiede achtet und auf gemeinsamen Werten in der Europäischen Union – Schutz der Menschenwürde, Freiheit, Gleichheit, Nichtdiskriminierung, Solidarität, Demokratie und Rechtsstaatlichkeit sowie die Beachtung der Menschenrechte, einschließlich der Rechte der Menschen, die zu Minderheiten gehören – aufbaut“. Aber der Versuch ist es wert. Im Grunde ist die europäische Integration von Anfang an ein Projekt des Dialogs gewesen, und obwohl die Kulturen in den Mitgliedstaaten einen gemeinsamen Nenner haben, so sind die Unterschiede unverkennbar. Der Dialog war also immer auch interkulturell.

Kultur wird verknüpft mit der Außenwirkung der Union, mit ihrer Rolle für die Zukunft der Welt. Das holt die Kultur aus der Kiste des schönen Ornaments und rückt sie in den Mittelpunkt, eine friedvolle Welt nicht nur herbeizusehen, sondern sie auch zu schaffen. Kultur soll nicht hauptsächlich als Element der Trennung und des Konflikts, sondern der Begegnung verstanden werden.

Auch in „Kultur 2007“, dem Nachfolgeprogramm zum bisherigen Programm „Kultur 2000“ der Generaldirektion Kultur – also im Kern der „Kulturpolitik“ – ist interkultureller Dialog einer der Stars. Das Programm geht von der Feststellung aus: „Die Tätigkeit der Gemeinschaft ist derzeit zu stark zersplittert.“ Dementsprechend sollen drei Prioritäten gelten: „Unterstützung der grenzüberschreitenden Mobilität von Menschen, die im Kultursektor arbeiten, Unterstützung der internationalen Verbreitung von künstlerischen und kulturellen Werken und Erzeugnissen und Unterstützung des interkulturellen Dialogs.“ Die Detailanaly-

se erfolgt, wenn die hehren Ziele mit der konkreten Praxis verglichen werden können. Es ist aber bemerkenswert, wie der interkulturelle Dialog nun zum Hauptziel auch der Kulturpolitik geworden ist.

Europäische Identität? Nein, danke!

Vor nicht allzu langer Zeit schien klar, worin europäische Identität besteht und dass sie zu fördern sei. Sie wird im sogenannten Tindemans-Report im Jahr 1975 erwähnt, im Rahmen eines neuen Anlaufs zur Gemeinschaft, und zuvor hatte sie Anlass zu einer Erklärung der Regierungschefs gegeben, in der allerdings wenig vorkommt, was normalerweise unter Kultur verstanden wird. Von demokratischen Werten ist dort die Rede, und sie werden mit der Identität eines Europas gleichgestellt, das nicht nur Realität, sondern auch Projekt ist. Von „kultureller Identität“ ist seit Anfang der 80er Jahre oft die Rede, und kaum jemand wagt zu bezweifeln, dass Kultur ein kohäsionsstiftendes Element ist. Trägt das aber nicht dazu bei, in der Kultur eher das Trennende zu sehen als das Verbindende, das, was nach innen eint, nach außen aber unterscheidet? Denn auch der Gedanke der europäischen Identität kann ein- und ausschließen gemäß den Kriterien, die je nach Couleur variieren.

Wäre es nicht klüger, Kultur einfach Kultur sein zu lassen und zu betonen, wie sehr sie – gerade in Europa – von der Mischung lebt, von den Einflüssen und Strömungen, ja den Moden, die auf dem „Marktplatz Europa“ zirkulieren? „Europa“ wird so ein Gegenpol zum Nationalismus, der ein monolithisches „Wir“ evoziert, aber auch zur gesichtslosen Globalisierung, deren „Ketchup“ die geschmackliche Vielfalt egalisiert.

Europas Kultur ist zu groß und zu interessant, um für Ein- und Ausschlussprozesse instrumentalisiert zu werden. Aus der theoretischen Debatte um Identität wissen wir, dass Identität eben kein monolithisches Konzept ist: Mit dem Begriff der „multiple identities“ ist benannt worden, dass Identität immer facettenreich ist; es wäre also kindisch, künstlich Identitätskonflikte etwa zwischen Europa und dem Nationalen aufzubauen. Das Europäische kann zusammen mit dem Nationalen (und dem Regionalen und dem Lokalen) als ein weiterer Aspekt im Bewusstsein präsent sein.

Wichtig scheint mir, sich nicht in Identitätsschlingen zu verfangen, sondern die Nähe zum europäischem Projekt mit anderen Mitteln zu fördern: mit einer von guter Kommunikationspolitik begleiteten Bürgernähe, mit einer größeren Präsenz europäischer Inhalte in der Schule und mit der Vermeidung des „Brüssel-Effekts“, das heißt der Stilisierung von „Brüssel“ zum Buhmann seitens nationaler Regierungen, wenn bestimmte Ziele nicht erreicht wurden.

Und nun?

Kultur ist „in“. Vom Stiefkind von Politik und Wirtschaft hat es sich zum Kern internationaler Politik hin entwickelt – und soll nun gar für Konflikte zuständig sein. Eine zweideutige Ehre ist das. Gerade in der Union gilt es zu zeigen, welche positive Bedeutung die Kultur im internationalen Zusammenleben wie auch innerhalb der Gesellschaft hat. Dass die Gemeinschaft dabei keine echte Kulturpolitik entwickelt, ist ihr selber bewusst. Zur Vorstellung von „Kultur 2007“ hieß es selbstkritisch, dass die Bürger „sich des

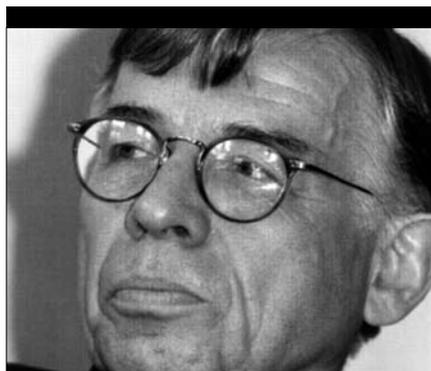
Ausmaßes der Anstrengungen zur Bewahrung und Entfaltung ihrer Kulturen und zur Einbeziehung der kulturellen Dimension beim europäischen Aufbau nicht bewusst sind“. Die Union beteiligt sich weitestgehend als Zuschussgeberin, doch vielleicht ist das auch nicht so tragisch. Jedenfalls ist „Kultur“ in vielen auch unterschiedlichen Bereichen sehr präsent. Und zumindest bleibt einem die Flut der Einweihungen kultureller Einrichtungen unmittelbar vor den Wahlen erspart.

Enrique Banús ist Politikwissenschaftler und Direktor des Europa-Instituts der Universität von Navarra in Pamplona. Er hat zugleich den dortigen Jean-Monnet-Lehrstuhl für „Europäische Kultur“ inne.

¹ Das 5. Rahmenprogramm (5. FRP) legte die Förderungsprioritäten der Europäischen Union für Forschung und technologische Entwicklung in den Jahren 1998 - 2002 fest. Das 6. Forschungsrahmenprogramm ist von 2003 - 2006 das Hauptinstrument der Europäischen Union für die Finanzierung von Forschung in Europa.

NEULAND IN SICHT Die Europäische Union ist sich ihres Mankos, keine eigene Identität aufweisen zu können, schon lange bewusst.

Der damalige Kommissionspräsident Jacques Delors wollte mit dem Maastrichter Vertrag die Union mit „Leben und Geist“ erfüllen. Der jetzige Kommissionspräsident José Manuel Barroso ist gar auf der Suche nach einem „Paradigmenwechsel“: Ohne eine kulturelle Einigung bleibt die politische eine Utopie. *Von Olaf Schwencke*



Als vor 50 Jahren die Römischen Verträge (1957) verabschiedet wurden, begann die Erfolgsgeschichte einer Europäischen Wirtschafts- und späteren Währungs-gemeinschaft (EWG). Eine europäische Kultur- und Wertegemeinschaft war mit der Gründung der EWG nicht beabsichtigt. Da eine solche nicht geschaffen werden sollte, waren alle Artikel dieses Vertrages wirtschaftspolitisch orientiert. Kultur kam darin folgerichtig gar nicht vor; und Bildung lediglich als Berufsbildung.

Es war ein langer Weg, der schließlich über manche frühen zaghaften Ansätze der Kulturförderung zu den Maastrichter Verträgen (1992) der Europäischen Union mit ihrem Kulturartikel führte. Vor 50 Jahren bestand für die sechs Staaten, die

sich zu einer Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft zusammengeschlossen hatten, auch deshalb keine Notwendigkeit, eine kulturelle Dimension zu entwickeln, weil es den kulturpolitisch wirksamen Europarat gab.

Im übrigen beharrten die EWG-Staaten lange Zeit auf ihrer alleinigen Zuständigkeit für nationale, regionale und kommunale Kulturpolitik; mit dem Europarat, der eher für Grundsätzliches und Übergreifendes – letztlich sie nicht Verpflichtendes – in Anspruch zu nehmen war, konnte man sich gut arrangieren. Mit Zustimmung aller Länder hatte er eine Europäische Kulturkonvention (1954) verabschiedet, in der die Kulturpflege, namentlich der „Schutz und die Förderung des gemeinsamen Erbes“ sowie die wechselseitige Zusicherung des allgemeinen Zugangs zu selbigem festgeschrieben worden war. Das stand bereits in der Gründungsurkunde des Europarats, die die zehn (west-)europäischen Staaten 1949 beschlossen hatten. Neben der höchst bedeutsamen Menschenrechtskonvention (1950) des Europarats konnte sich dort Kulturpolitik bis in die späten 70er Jahre zu dessen zweiter Säule entwickeln. So wurde der Europarat zur wichtigsten Instanz der Kulturpolitik in Europa, bald korrespondierend dazu – noch keineswegs die EWG – die

UNESCO als Unterorganisation der UNO. Sie trat mit wichtigen Erklärungen wie der über „Kulturpolitik in Europa“ (Helsinki 1972) und später der „Erklärung der Weltkonferenz über Kulturpolitik“ (Mexiko 1982) an die Öffentlichkeit und erlangte Beachtung.

So lagen am Vorabend der ersten Direktwahl zum Europäischen Parlament (EP) im Jahre 1979 bereits beachtliche, den gesellschaftlichen Wandel berücksichtigende kulturpolitische Konzepte für eine „kulturelle Demokratie“ in Europa vor.

Der Marsch in die Institutionen

Mit der Direktwahl des EPs begann ein neuer Abschnitt in der Entwicklung der Europäischen Gemeinschaft (EG). Unmittelbar nach seiner Konstituierung (1979) wurde ein Kulturausschuss gebildet – zuständig auch für Bildung, Jugend, Sport und Information. Er entwickelte sich zum wichtigsten kulturpolitischen Gremium innerhalb der EG, das alle seine (noch beschränkten) Möglichkeiten nutzte, um in Zusammenarbeit mit der Kommission und den jeweiligen (willigen) Ratspräsidenten die kulturelle Dimension der Gemeinschaft zu stärken. Sein erster Kulturbericht (Fanti-Bericht, 1983) war einerseits an dem wirtschaftspolitischen Aufgabenfeld und dessen Eckdaten orientiert, und doch andererseits souverän genug, um in der kulturpolitischen Diktion des Europarats konkrete Ziele – wie die Marge von einem Prozent des Haushalts für Kulturausgaben – vorzusehen. Daneben beabsichtigten auch die Staats- und Regierungschefs in einer Erklärung (Stuttgart 1983) „Ergänzungen der Maßnahmen der Gemeinschaft im

kulturellen Sektor“. Damit war ein Anfang für die Kulturpolitik gemacht; doch die eigentliche Wende sollte erst mit dem Vertrag von Maastricht (1992) kommen. Mit dem 1993 in Kraft getretenen Vertrag von Maastricht gab es erstmals eine rechtliche Grundlage für eine Kulturpolitik in der EU – und damit eine neue Dimension in der Europapolitik: Welche Rolle hatte nun die Kultur durch die rechtliche Verankerung im Artikel 128 zugewiesen bekommen? Welche Kompetenzen bekam die Gemeinschaft im Bereich der Kulturpolitik? Und wurde sie für eine gemeinsame Kulturpolitik genutzt?

Nachzutragen ist, dass in der Vor-Maastrichter Phase – außer manchen Initiativen seitens des EP in den 80er Jahren – Kultur in der EG nahezu keine Bedeutung zugemessen bekam: Selbst in der „Einheitlichen Europäischen Akte“ (EEA, 1986) gab es keinen Passus, der die Fortentwicklung der EG im Feld der Kultur betraf. Dabei hätte es mit dem Verweis auf das allgemein zugrunde tretende Defizit der Gemeinschaft, keine eigene „Identität“ aufweisen zu können, durchaus bereits damals sinnvoll sein können, nach Antworten zu suchen, wie man die Bürger Europas in den Europäisierungsprozess hätte einbeziehen können. Schließlich hatte man mehrmals auf Gipfelkonferenzen nach Möglichkeiten gesucht, diesem Manko der Gemeinschaft abzuhelfen – und damit auch indirekt das Thema Kultur behandelt.

Das geschah bereits auf den Gipfeltreffen von Den Haag (1969), Paris (1972) und am intensivsten in Kopenhagen (1973). Nicht zuletzt hatte der Tindemans-Bericht mit seinem Vorschlag einer Europäischen Kulturstiftung Kultur zum Zukunftselement der Politik der EG erklärt (1976).

Darüber hinaus existierte seit 1984 ein EG-Kulturministerrat, der gleich nach seiner Konstituierung dank des Engagements der griechischen Kulturministerin Melina Mercouri ein Projekt in die Wege leitete, das, wenngleich noch ohne rechtliche Basis, sich zum erfolgreichsten der EG und nun der EU entwickeln sollte: das Programm der „Kulturhauptstädte Europas“. Weltweit werden Glamour und Prestige mit ihm verbunden; es wird in Russland und den USA kopiert. Es zeigte bereits 1990 Vorboten eines qualitativ neuen Verlaufs. Zum ersten Mal mit Glasgow gelang es einer Kulturhauptstadt, sich im Prozess der Erarbeitung und Realisierung ihrer Konzepte völlig neu zu erfinden und nicht nur äußerlich ihr Image zu verbessern, sondern die Lebensqualität der Einwohner so zu steigern, dass sie das neue Image nachhaltig rechtfertigt. Diese Erfahrung kulturgeprägter Stadtentwicklung kann auch als neuer Ur-Impuls für einen bewusst kulturgeprägten europäischen Integrationsprozess gesehen werden.

Mit Glasgow gelang es einer Kulturhauptstadt erstmals, nicht nur äußerlich ihr Image zu verbessern, sondern die Lebensqualität der Einwohner so zu steigern, dass sie das neue Image nachhaltig rechtfertigt. Diese Erfahrung kulturgeprägter Stadtentwicklung kann auch als neuer Ur-Impuls für einen bewusst kulturgeprägten europäischen Integrationsprozess gesehen werden.

Ausgehend von den deutschen und ungarischen Bewerbern um den Titel 2010 sind in Kontexten der Erarbeitung, Durchführung und Bewertung von Kulturhauptstadt-Konzepten internationale Diskussionszusammenhänge entstanden, aus deren Leistung heraus Kultur sich mehr und mehr zum Motor und zur Ressource gesellschaftlicher Entwicklungen erweist und deren positive Effekte für die Vertiefung der Integration noch gar nicht absehbar sind (Budapester Erklärung, 2005).

Bei den Verhandlungen über den Maastrichter Vertrag entschieden die Mitgliedstaaten, dass sich die EG nicht auf die wirtschaftliche Zusammenarbeit beschränken, sondern ihre Kompetenzen auch auf den politischen Bereich der Sozial-, Kultur-, Bildungs- und Forschungspolitik erweitern sollte. Die Schaffung einer europäischen Identität der Vielfalt und die Berücksichtigung der kulturellen Dimension in allen Bereichen der Gemeinschaft standen bei diesen Verhandlungen im Vordergrund. Die Gemeinschaft wurde damit ein politischer, über die wirtschaftlichen Grenzen hinaus reichender Zusammenschluss. Die Kultur sollte dabei nicht nur als eine unverbindliche Ansammlung nationaler und regionaler Einheiten, sondern als gewachsene geistige Einheit eine Rolle spielen. Sie sollte die Bürger Europas einander näher bringen und dadurch die Integration vorantreiben. Anders ausgedrückt sollte sie dazu beitragen, den mit der Gründung der EG eingeleiteten Integrationsprozess auf eine neue Stufe zu heben und die Solidarität zwischen den Völkern der Mitgliedstaaten unter Achtung ihrer Geschichte, ihrer Kultur und Traditionen zu stärken.

Die qualitative Veränderung des politischen Konzepts der Gemeinschaft schuf dementsprechend auch im kulturellen Bereich einen Handlungsrahmen. Die Kultur wurde zum Ziel der EU erklärt. In den Grundsätzen des EG-Vertrages (Art 3p, Amsterdam 3q) heißt es: „Die Tätigkeit der Gemeinschaft ... umfasst ... einen Beitrag zu einer qualitativ hochstehenden allgemeinen und beruflichen Bildung sowie zur Entfaltung des Kulturlebens in den Mitgliedstaaten.“ Die rechtliche Anerkennung der Kultur begründete einen hohen Eigenwert, den die Kultur für die europäischen Mitgliedstaaten hatte.

Was heißt Kultur?

Was bedeutet nun Kultur im Kontext der Maastricht-Bestimmungen? „Kultur ist kein abstrakter Begriff: Kultur ist die Gesamtheit der zahlreichen verschiedenartigen Sitten und Gebräuche, die in allen Bereichen des täglichen Lebens ihren Ausdruck finden. In der Kultur spiegeln sich unser jeweiliger Lebensstil, unsere Traditionen und Ideale wider. In ihr wurzeln unsere Dialekte und unser Liedgut. Sie ist bestimmend dafür, wie wir eine Liebeserklärung machen oder wie wir unsere Toten beerdigen. Kultur ist somit das bedeutsame und stärkste Charakteristikum der menschlichen Gemeinschaft. Kultur steht in engem Zusammenhang mit den direkten und indirekten Lernprozessen und der menschlichen Entwicklung schlechthin. Als dynamisches, in ständiger Wandlung befindliches Element stellt sie eine Verbindung zwischen der Vergangenheit und der Gegenwart dar.“

So lautet die Kultur-Definition des die Europäische Kommission beratenden

Gremiums „Kultur für den Bürger des Jahres 2000“. In dieser Auslegung handelt es sich nicht um einen elitären Begriff, sondern um Alltagskulturen. Kultur wird hier wie schon zuvor in den grundlegenden Papieren des Europarats (vor allem dem von Arc-et-Senans, 1972) in ihrem erweiterten Sinn verstanden. Diese Definition wurde zwar nicht *expressis verbis* in den Maastricht-Vertrag übernommen, um mögliche Handlungsspielräume nicht im Voraus zu beschränken, doch gilt sie. Für alle künftigen Wirkungsbereiche spielt die Dynamik des Kulturbegriffs eine Rolle, was durchaus hilft, um kulturelle und kulturpolitische Prioritäten neu zu setzen.

Kultur auf dem Papier

Der Artikel 128 des Vertrags von Maastricht (Amsterdam Art 151) legt Handlungsgrenzen und Möglichkeiten der Europäischen Union fest, stellt die rechtliche Grundlage für kulturelle Belange dar und hat damit – wie Jacques Delors es ausdrückte – die EU mit „Leben und Geist“ erfüllt. Da sich diese Bestimmungen, ohne substantiell geändert worden zu sein, auch im Text der „Verfassung für Europa“ (VVE) finden, ist eine ausführliche Analyse geboten. Sie bildet dann auch die Grundlage für das Aufzeigen der Defizite.

Europa hat kulturpolitisch über seine Grenzen hinaus zu wirken: Außenkulturpolitik ist, wie es nun auch die Verfassung für Europa vorsieht, eine legitime Aufgabe der Gemeinschaft.

- (1) Die Gemeinschaft leistet einen Beitrag zur Entfaltung der Kulturen der Mitgliedstaaten unter Wahrung ihrer nationalen und regionalen Vielfalt sowie gleichzeitiger Hervorhebung des gemeinsamen kulturellen Erbes.

In diesem Absatz wird die Dialektik des Kulturbegriffs hervorgehoben. Die nationale und regionale Vielfalt und das gemeinsame kulturelle Erbe sind die Hauptkriterien der EU-Kulturpolitik. Durch die gegensätzliche Konstellation soll einerseits die Vielfalt bewahrt, andererseits die ein gemeinsames kulturelles Erbe bildende Kultur stark unterstützt werden. Wenn nur von der Vielfalt die Rede wäre, würde dies der politischen Idee der Europäischen Union („in Vielfalt geeint“) widersprechen. Andererseits könnte durch die Förderung des ausschließlich Gemeinsamen die Mannigfaltigkeit der europäischen Kulturen gefährdet und die Kulturen langfristig zu einer europäischen „Monokultur“ werden. Das Gemeinsame und die Vielfalt stehen in einem festen Zusammenhang.

In diesem ersten Absatz wird also durch die dialektische Verbindung der Vielfalt mit dem Gemeinsamen eine ausgewogene Kulturpolitik der Europäischen Gemeinschaft gefördert, welche nationalen Kulturbelangen den Vorrang vor gemeinsamen Aktivitäten gibt. Dies kommt darüber hinaus in der Pluralform „Kulturen“ und der Formulierung „einen Beitrag“ zum Ausdruck, da die Mitgliedstaaten – nicht die Gemeinschaft – in erster Linie für ihre

- eigene Kulturpolitik zuständig sind.
- (2) Die Gemeinschaft fördert durch ihre Tätigkeit die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und unterstützt und ergänzt erforderlichenfalls deren Tätigkeit in folgenden Bereichen: Dazu gehören die Verbesserung der Kenntnis und Verbreitung der Kultur und Geschichte europäischer Völker, die Erhaltung und der Schutz des kulturellen Erbes von europäischer Bedeutung, der nichtkommerzielle Kulturaustausch sowie künstlerisches und literarisches Schaffen auch im audiovisuellen Bereich. Dieser zweite Absatz legt ein Tätigkeitsfeld für die Kulturpolitik fest; hervorgehoben wird die „Verbesserung der Kenntnis und Verbreitung der Kultur und Geschichte der europäischen Völker“. Er soll zu einer Weiterentwicklung des europäischen Bewusstseins bei den Bürgern beitragen. Damit verpflichtet sich die Gemeinschaft, die Verbreitung der jeweiligen Kultur der einzelnen Mitgliedstaaten durch Austausch-, Kooperations- und Informationsprogramme zu unterstützen. Dieser Tätigkeitsbereich zielt hauptsächlich auf das materielle Kulturerbe von europäischer Bedeutung, jedoch sollen auch die nichtmateriellen Hinterlassenschaften wie Dialekte, Sprachen und Traditionen mit diesem Passus geschützt werden. Auch die einzelnen Mitgliedstaaten können von der Europäischen Gemeinschaft gefördert werden, wenn es um die Erhaltung des „kulturellen Erbes von europäischer Bedeutung“ geht, wie es bereits der Europarat in seiner Kulturkonven-

tion festgelegt hat. Der nichtkommerzielle Kulturaustausch umfasst internationale Kulturaktivitäten, die keinen materiellen Nutzen erzielen. Soll ein Projekt kommerzielle Ziele haben, so kann es von der Gemeinschaft folglich nicht gefördert werden. Dies ist insofern von Bedeutung, als damit eine Orientierung kultureller Aktivitäten am Markt nicht unterstützt wird. Schließlich wird als der letzte Punkt der kulturellen Gemeinschaftstätigkeit das literarische und künstlerische Schaffen genannt. Hiermit ist die Gemeinschaft verpflichtet, das nationale und zugleich das europäische Schaffen im Bereich der Kunst zu unterstützen. Damit wird auch der Bereich der qualitativ gehobenen Kunst berücksichtigt. Die klassischen Bereiche, das Buch und die bildende Kunst, sind in diesem Zusammenhang von besonderer Relevanz, doch wird der audiovisuelle Bereich ebenfalls genannt. Dies unterstreicht noch einmal das erweiterte Verständnis von Kultur, das auch das Entwicklungspotenzial im Bereich der Neuen Medien einschließt.

- (3) Die Gemeinschaft und die Mitgliedstaaten fördern die Zusammenarbeit mit dritten Ländern und den für den Kulturbereich zuständigen internationalen Organisationen, insbesondere mit dem Europarat. Die Gemeinschaft wird hiermit zu einer selbstständigen Auswärtigen Kulturpolitik befugt. Im Bereich der Kulturpolitik kann sie mit Drittländern und internationalen Organisationen wie der UNESCO und namentlich dem Europarat zusam-

menarbeiten. Der Absatz macht deutlich, dass sich die Gemeinschaft nicht auf innere Kulturpolitik beschränkt. Damit wird der Gemeinschaft die Möglichkeit gegeben, als internationaler Akteur bei kulturpolitischen Fragen aufzutreten. Die Kooperation mit internationalen Organisationen und Drittländern betont in aller Deutlichkeit: Europa hat kulturpolitisch über seine Grenzen hinaus zu wirken. Außenkulturpolitik ist, wie es nun auch die Verfassung für Europa vorsieht, eine legitime Aufgabe der Gemeinschaft.

- (4) Die Gemeinschaft trägt bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmungen dieses Vertrags den kulturellen Aspekten Rechnung, insbesondere zur Wahrung und Förderung der Vielfalt der Kulturen. Diese Querschnittsformel, die sogenannte „Kulturverträglichkeitsklausel“, ist deshalb so wichtig, weil sie die allgemeine Dominanz der Ökonomie der EU relativiert: In allen Tätigkeitsbereichen der Gesellschaft soll die Kultur herausgehoben

Kultur gilt als besonderer Wert, der nicht reproduzierbar oder durch Geldwert ersetzbar ist und daher nicht den Gesetzen des freien Marktes unterworfen werden soll. Also werden für Kultur Ausnahmeregelungen geschaffen, die im Sinne der französischen „exception culturelle“ gesichert sind.

berücksichtigt werden. Juristisch gesehen legitimiert und sanktioniert die Kulturverträglichkeitsklausel die bisher praktizierte Berücksichtigung der kulturellen Aspekte im Rahmen der Gemeinschaftsaktionen. Sie ist eine ausdrückliche Verpflichtung, kulturellen Aspekten in allen Tätigkeitsbereichen Rechnung zu tragen und verschafft diesen damit ein verstärktes Gewicht. Vor dem Vertrag von Maastricht war die Kultur als primäres Recht nicht geschützt. Ungeachtet dessen, dass der Europäische Gerichtshof dennoch fast immer zugunsten der Kultur entschieden hat, war dies kein vollständiger Schutz. Diese Situation der Unsicherheit hat sich erst mit der Ratifizierung des Maastrichter Vertrags und der damit erfolgten expliziten Festlegung des Stellenwerts der Kultur im Gemeinschaftsrecht geändert. Die Kulturverträglichkeitsklausel als Proprium betont zugleich noch einmal den Stellenwert dieses Vertrags im Prozess der Europäischen Union – von der Wirtschaftsgemeinschaft zur politischen und Kulturgemeinschaft. Darüber hinaus wird der Gemeinschaft ein erheblicher Ermessensspielraum hinsichtlich der Frage, was eigentlich Kultur sei, zubilligt. Die Kultur gilt als besonderer Wert, der nicht reproduzierbar und nicht durch Geldwert ersetzbar ist und daher nicht den Gesetzen des freien Marktes unterworfen werden soll. Also werden für Kultur Ausnahmeregelungen geschaffen, die im Sinne der französischen „exception culturelle“ – wie in der späteren „Vielfaltskonvention“ der UNESCO (2005) – gesichert sind. Der freie Warenverkehr kann dann behindert werden, wenn die Waren Kulturgüter sind. Kein Kulturgut soll allein Objekt des Warenverkehrs werden, und diese Begrenzung soll nicht als Diskriminierung gelten.

Im Artikel 92 (Amsterdam 87) wird dagegen die Förderung der Kultur als mit dem Markt vereinbar erklärt. Hiermit wird die Förderung der Kultur, die von europäischer Bedeutung ist, ermöglicht; was noch deutlicher global geregelt wird durch die „Vielfaltskonvention“, an deren Zustandekommen die EU als Gemeinschaft bedeutenden Anteil hat.

- (5) Als Beitrag zur Verwirklichung der Ziele dieses Artikels erlässt der Rat – gemäß dem Verfahren des Artikels 251 (Maastricht 189b) und nach Anhörung des Ausschusses der Regionen – Fördermaßnahmen unter Ausschluss jeglicher Harmonisierung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten.

Mit diesem abschließenden Absatz wird die „Kulturhoheit“ der Mitgliedstaaten akzentuiert. Beschlüsse im Bereich Kultur müssen einstimmig gefällt werden; das wird sich erst nach einer Ratifizierung der Verfassung für Europa ändern.

Europäische Kulturpolitik auf dem Prüfstand

Grob gesagt geht es um vier Essentials einer EU-Kulturpolitik, die auf den Prüfstand gehören: Erstens um die Intensivierung des Dialogs mit allen am Kulturbetrieb Beteiligten, zweitens um eine klare Prioritätensetzung bei Kulturfördermaßnahmen, drittens um die Überprüfung der kulturellen Aktivitäten der EU auf die gesetzten Ziele und viertens um die Zusammenarbeit mit Drittländern sowie um die Entwicklung einer gemeinschaftlichen Kulturaußenpolitik. Eine so

verstandene europäische Kulturpolitik kann und will nationale Kulturpolitik nicht ersetzen, sondern ihr eine zusätzliche europäische Dimension verleihen, auch im Bereich des Auswärtigen. Allerdings sind die einzelnen Befugnisse im Artikel 128 (Amsterdam 151) so allgemein gehalten, dass der Gemeinschaft praktisch ein unbegrenztes Tätigkeitsfeld im kulturellen Bereich zur Verfügung steht. Nutzt sie dieses?

Im Blick auf die Zukunft ist für eine eigenständige europäische Kulturpolitik der EU die genannte Kulturverträglichkeitsklausel das Herzstück des Kulturartikels, der im Amsterdamer Vertrag gleichzeitig noch deutlich erweitert und präzisiert wurde. Wenn nun die Gemeinschaft die Pflicht hat, in all ihren Politikbereichen dem speziellen Charakter der Kultur Rechnung zu tragen, dann kann nicht genug betont werden, dass damit faktisch die allgemeine Dominanz des Ökonomischen in die Schranken verwiesen wurde. Das wurde mit der durchgesetzten Beibehaltung des „nationalen Rechts“ auf Buchpreisbindung beispielhaft bewiesen. Gleichzeitig legt dieser Artikel den Grundstein für eine singuläre europäische Kulturpolitik der Nachhaltigkeit. Diese selbst allerdings ist in Ansätzen – im Blick auf die Realisierung der beiden Programme „Kultur 2000“ und „Kultur 2007“ – noch keineswegs erreicht. Im Gegenteil: Seit sich die Kulturdirektion der EU in ihrer Prioritätensetzung voll in den Lissabon-Prozess einbringt, rückt die Kulturwirtschaft mit ihren Leistungen, die, wie die soeben vorgelegte Studie „Die Kulturwirtschaft in

Europa“ (2006) belegt, auch ein enormes Wachstumspotenzial birgt, überdeutlich ins Blickfeld.

Doch jetzt käme es entscheidend darauf an, vier notwendige Schritte zu gehen: Erstens müssten in der Vertiefung der Schlüsselrolle, die Kultur und Kunst im Projekt Europa zukommt, neue kulturpolitische Prioritäten gesetzt werden. Zweitens müssten die Dialogmöglichkeiten ausgeweitet werden – sowohl im innereuropäischen Bereich des größeren Europa (zusammen mit dem Europarat) als auch in Drittländern. Drittens müsste der nicht kommerzielle Kulturaustausch gestärkt und viertens Modelle gemeinsamer Auswärtiger Kulturpolitik entwickelt werden.

Schließlich ist die sträfliche Vernachlässigung ihrer Verpflichtung, die Kultur als Gemeinschaftsaufgabe adäquat zu fördern, deutlich gemacht, indem die EU für das nun angelaufene Programm „Kultur 2007“ jährlich für alle 27 Mitgliedsländer nur etwa so viele Mittel zur Verfügung stellt, wie der durchschnittliche öffentliche Zuschuss für eine Staatsoper jährlich beträgt.

Kulturelle Zukunft

Es gibt allerdings Anzeichen dafür, dass sich die EU-Kommission der Defizite – der inhaltlichen wie der materiellen – im Kulturbereich bewusst ist. In Brüssel spricht man nun darüber, dass ein Paradigmenwechsel in der Kulturförderungspolitik angezeigt ist; so *expressis verbis* auf der Konferenz „Culture: a sound in-

Seit sich die Kulturdirektion der EU in ihrer Prioritätensetzung voll in den Lissabon-Prozess einbringt, rückt die Kulturwirtschaft mit ihren Leistungen überdeutlich ins Blickfeld.

vestment for the EU“ (Dezember 2006), die Kulturakteure aus ganz Europa zum Dialog mit der Kommission versammelte. Dort formulierte Kommissionspräsident José Manuel Barroso hinreichend klar: Die Kultur ist für die Gemeinschaft nicht ein Luxus, sondern eine existenzielle Notwendigkeit, und: Europas Zukunft hängt von der Kultur ab – wenn der kulturelle Europäisierungsprozess nicht gelingt, so ist man nun überzeugt, glückt auch der politische nicht.

Nach der Auswertung von Befragungen von europäischen Kulturorganisationen – Tenor: Welcher Stellenwert kommt Kultur und Kunst im Europäisierungsprozess zu? Was soll und kann die EU dafür leisten? – war auch für die Kommission klar erkennbar: Es müssen neue Aufgaben- und Zieldefinitionen erarbeitet, ggf. neue Instrumente entwickelt und verbesserte Förderkriterien erarbeitet werden, um das kulturelle Potenzial Europas auszunutzen. In einer für das Frühjahr 2007 vorgesehenen „Mitteilung zu kulturellen Dimension der EU“ will die Kommission – rechtzeitig noch zur deutschen Ratspräsidentschaft – ihre Überlegungen zu einer „neuen“ Kulturpolitik vorlegen. Ein Paradigmenwechsel ist notwendig und möglich.

Olaf Schwencke ist Professor für Kulturwissenschaften an der Universität Wien. Er lehrt Politikwissenschaft an der Freien Universität Berlin und Europawissenschaft am Europa-Zentrum der Berliner Universitäten. 1972 - 1984 war er Mitglied des Bundestags und des Europäischen Parlaments; 1992 - 1996 Präsident der Hochschule der Künste Berlin (HdK). Veröffentlichungen vor allem zu Themenkomplexen der Kulturpolitik.





STRUKTUR NÄHRT KULTUR Zahlreiche Studien und Berichte weisen darauf hin, wie wichtig Kultur für die regionale Entwicklung ist. Sie schafft Jobs, macht Regionen attraktiver und steigert die wirtschaftliche Dynamik. Welche Rolle wird die Kultur künftig in den Strukturfonds der EU einnehmen?

Von Christine Beckmann



In der europäischen Strukturpolitik steckt viel Geld: Rund ein Drittel des EU-Haushalts fließt in die Kohäsionspolitik¹ der EU, knapp die Hälfte kommt der Agrarpolitik zugute. Die strukturelle Entwicklung der Mitgliedstaaten und ihrer Regionen werden in diesen Politikbereichen abgestimmt. Die Mittel dafür kommen aus den Strukturfonds, dazu gehören zum Beispiel der Landwirtschafts- sowie der Kohäsionsfonds. Die Minister der EU-Mitgliedstaaten wollen mit den Mitteln für Strukturentwicklung vorrangig die ärmsten Regionen in Europa stärken. Das bedeutet für Deutschland seit diesem Jahr Einbußen aus den Strukturfonds: Erhielt Deutschland zwischen 2000 und 2006 im Durchschnitt 34 Milliarden Euro pro Jahr, sind es 2007 nur

23,36 Milliarden (in Preisen von 2004).

Die Erweiterung der EU 2004 ist mit ein Grund für die Neuorientierung der Kohäsionspolitik. Durch den Beitritt ärmerer Länder haben sich die Entwicklungsabstände schlagartig verdoppelt, sodass die EU vor besonderen Herausforderungen in Hinblick auf globale Wettbewerbsfähigkeit und internen Zusammenhalt steht. Die Kohäsionspolitik soll einen wichtigen Beitrag zu den in Göteborg formulierten Umweltzielen sowie zur sogenannten Lissabon-Strategie leisten, nach der die EU bis 2010 zum dynamischsten und wettbewerbsfähigsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt werden soll. Dabei bleiben nachhaltige Entwicklung und Umweltschutz aber weiter wichtig. Die Strukturpolitik soll die regionale Entwicklung in Europa fördern sowie den wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt stärken, indem sie die Kluft zwischen den europäischen Regionen und sozialen Gruppen verkleinert.

Eine rechtliche Legitimation und zugleich Verpflichtung zur gemeinschaftlichen Kulturförderung gibt es erst seit Einführung des Artikels 151 im Vertrag von Maastricht, seit 1997 gibt es auf dieser rechtlichen Grundlage eigens der Kultur gewidmete Förderprogramme. Das zentrale Kulturförderprogramm der EU ver-

fügt für die Jahre 2007 - 2013 über ein relativ kleines Budget: 400 Millionen Euro zuzüglich der Beiträge aus den assoziierten Staaten für kulturelle Kooperationsprojekte zwischen 31 Ländern. Sowohl wegen dieser finanziellen Schranken des Kulturförderprogramms der EU als auch wegen seiner Einschränkung auf Kooperationsprojekte sind die Strukturförderprogramme, über die Investitionsmittel vergeben werden können, für den kulturellen Sektor überlebenswichtig.

Struktur finanziert Kultur

Kulturprojekte können mit Strukturfondsmitteln gefördert werden, sofern sie zu den Zielen der Struktur- und Regionalpolitik beitragen. In den vergangenen 20 Jahren hatten in Deutschland fünf bis zehn Prozent der aus den Strukturfonds gespeisten Projekte kulturelle Bezüge. Was wurde bisher in Deutschland aus den Strukturfonds-Programmen gefördert?²

Der Europäische Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) fördert in erster Linie die Entwicklung und strukturelle Anpassung der Regionen mit Entwicklungsrückstand³ sowie die wirtschaftliche und soziale Umstellung der Gebiete mit Strukturproblemen.⁴ Im Rahmen der sogenannten ZIEL 1- und ZIEL 2-Programme werden im Wesentlichen Investitionen zur Erschließung des kulturellen Erbes sowie zur Erhaltung, Restaurierung und Umnutzung denkmalgeschützter Objekte gefördert. Diese haben einen positiven Einfluss auf Ansiedlung und Entwicklung der gewerblichen Wirtschaft und fördern den Kulturtourismus. Gefördert werden Projekte mit überregionaler Bedeutung sowie Maßnahmen, die Bestandteil regionaler Aktionsprogramme oder

von Landesinitiativen sind, aber auch kultur- und medienwirtschaftliche Unternehmensgründungen. Da der EFRE der größte der Strukturfonds ist, hat er auch für den kulturellen Bereich die größte Bedeutung.

Die Gemeinschaftsinitiative INTERREG III diente der ausgewogenen wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung in der EU, indem sie die Zusammenarbeit von Regionen förderte. Hauptziel von INTERREG Ausrichtung A („grenzübergreifende Zusammenarbeit“) war die Förderung einer integrierten Regionalentwicklung zwischen Grenzgebieten. Europaweit gab es mehr als 50 INTERREG-Programme der Ausrichtung A. Eines der Anliegen war eine intensivere Identifikation der Bürger mit der Grenzregion. Dafür kann die grenzüberschreitende Zusammenarbeit von öffentlichen und privaten Organisationen im Kulturbereich nützlich sein: der Aufbau von Netzwerken für Kulturaustausch, Aufbau und Erweiterung von Museen sowie Touristik- und Kulturzentren, gemeinsame Marketing-Konzepte und grenzüberschreitende Medien.

Im Rahmen von Ausrichtung B („transnationale Zusammenarbeit“) wurde die Zusammenarbeit zwischen nationalen, regionalen und lokalen Behörden im Gebiet der EU sowie den angrenzenden Regionen gefördert. Verschiedene Verwaltungseinheiten schlossen sich zu 13 Regionen zusammen und entwickelten transnationale Kooperationsprogramme. Kulturprojekte beschränkten sich meist auf den Bereich des Kulturerbes: etwa Restaurierungen, der Aufbau von Netzwerken, die der Entwicklung von Standards rund um Konservierungsfragen oder der Verbreitung von Best Practices

dienten. Zudem Studien, Seminare, Konferenzen, Katalogisierungen von kulturellen Bauwerken und Anlagen sowie die Integration kulturellen Erbes in geografische Informationssysteme und neue Konzeptionen für das Management von Kulturerbe.

Ausrichtung C („interregionale Zusammenarbeit“) zielte auf Vernetzung, also den Informations- und Erfahrungsaustausch im Bereich der Regionalpolitik und ihrer Instrumente zwischen Gebieten in der EU und Nachbarländern ohne gemeinsame Grenze. Kultur spielte hier eine Nebenrolle. Förderfähig waren Erfahrungsaustausch zwischen Regionen sowie Netzwerke zum Beispiel im Bezug auf Strategieentwicklung und Projektumsetzungsmethoden in den Bereichen Stadt- und regionale Entwicklung oder Kulturmanagement.

Zwölf deutsche Städte nahmen an der kleinsten Gemeinschaftsinitiative URBAN II teil. Auch wenn dieses Programm spezieller und damit weniger umfangreich war als zum Beispiel INTERREG III, so war der kulturelle Schwerpunkt bemerkenswert: Fast die Hälfte der Projekte war kulturbezogen, etwa der Aufbau kultureller Infrastrukturen durch die Neunutzung historischer Gebäude oder der Aufbau von Kultur- und Freizeiteinrichtungen insbesondere für jüngere Menschen und Migranten.

Förderungen aus dem Sozialfonds

Aufgabe des Europäischen Sozialfonds (ESF) war und ist es, Beschäftigung zu fördern. ESF-Mittel flossen unter anderem in Projekte, die den kulturellen Bereich als Arbeitsmarkt und Standortfaktor etablieren, zum Beispiel Quali-

zierungsmaßnahmen für Künstler und Kulturschaffende, die zum Aufbau wirtschaftlicher Geschäftsbereiche bei freien Kulturträgern beitragen. Auch neue Ausbildungsgänge im Bereich der Kunst- und Kulturerhaltung, berufliche Weiterbildung im Kulturmanagement, die Entwicklung von Kurzzeit- und Langzeitstudienangeboten in kulturellen Fächern. Daneben wurden Existenzgründungen sowie die Qualifizierung von Arbeitslosen für kulturelle Tätigkeiten finanziell unterstützt.

Die Gemeinschaftsinitiative EQUAL förderte neue Methoden zur Bekämpfung von Diskriminierung und Ungleichheit auf dem Arbeitsmarkt mit Partnerschaften von Akteuren auf dem Arbeitsmarkt, sogenannten Entwicklungspartnerschaften. Ob ein Projekt gefördert wurde, hing vom arbeitsmarktpolitischen Nutzen ab. Zwar wurde diese Möglichkeit kaum genutzt, förderfähig aber waren etwa berufliche Weiterbildungen zum interkulturellen Lernen und im Kulturmanagement, zur Integration von Migranten sowie die Entwicklung neuer Arbeitsfelder für Künstler im Dienstleistungssektor.

Förderungen aus dem Landwirtschaftsfonds

Die Programme für die Entwicklung des ländlichen Raums wollten die Landwirtschaft nicht nur modernisieren und umstrukturieren. Im Mittelpunkt standen ebenso alternative Beschäftigungsmöglichkeiten, eine nachhaltige Umweltpolitik und die Verbesserung von Lebens- und Arbeitsbedingungen. Die Förderungen aus dem Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL) dienten der aus-

gewogenen Entwicklung des ländlichen Raumes im Gemeinschaftsgebiet, unter anderem durch Maßnahmen wie Dorferneuerung und -entwicklung, Projekte zum Schutz des Kulturerbes sowie der Entwicklung des Fremdenverkehrs in ländlichen Regionen.

Die Gemeinschaftsinitiative LEADER+ (mit Mitteln aus dem EAGFL) förderte Kooperationen in ländlichen Gebieten, um neuartige, integrierte Strategien für eine nachhaltige Entwicklung zu realisieren. Dabei bezog man die Menschen vor Ort mit ein, man setzte besonders auf Partnerschaften und Netzwerke für den Austausch von Erfahrungen. Gefördert wurden im Kulturbereich besonders

kleinere tourismusrelevante Infrastrukturprojekte wie die Erhaltung regional-typischer Bauten, der Aufbau von Kulturstraßen und die künstlerische Gestaltung des öffentlichen Raums, Symposien und Studien (zum Beispiel zu Kultur und Tourismus, Kultur und ländliche Entwicklung), soziokulturelle Aktivitäten und Kulturveranstaltungen zur Vermittlung der Identität einer LEADER-Region.

Im Vergleich: Strukturfondsförderung in den Jahren 2000-2006 und 2007-2013

2000-2006 (Gesamtbetrag 213 Mrd. Euro)			2007-2013 (Gesamtbetrag 308 Milliarden+ 69,75 Milliarden Euro)			
Ziele	Prioritäten	Finanzinstrumente	Ziele	Prioritäten	Finanzinstrum.	Milliarden Euro
Kohäsionsfonds (Mitgliedstaaten mit BSP < 90Prozent des EU-Durchschnitts)	Umwelt, Verkehr	Kohäsionsfonds	Konvergenz (Regionen mit Pro-Kopf-BIP < 75 Prozent des EU-Durchschnitts und diejenigen, die vom statistischen Effekt infolge der Erweiterung betroffen sind)	Innovation, Umwelt / Risikoprävention, Zugänglichkeit, Infrastrukturen, Humankapital, Verwaltungskapazitäten	EFRE ESF	251,1
Ziel 1 (Regionen mit Pro-Kopf-BIP < 75 Prozent des EU-Durchschnitts)	Regionen mit Entwicklungsrückstand	EFRE, ESF EAGFL, Garantie und Ausrichtung, FIAF		Verkehr, Umwelt, erneuerbare Energien	Kohäsionsfonds	
Ziel 2 (Gebiete mit Strukturproblemen)	wirtschaftliche und soziale Umstellung	EFRE; ESF	Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung - regionale Ebene - nationale oder regionale Ebene	Innovation, Umwelt/Risikoprävention, Zugänglichkeit, Europäische Beschäftigungsstrategie	EFRE ESF	49,1
Ziel 3 Bildungssysteme,	Beschäftigungsförderung	ESF				
INTERREG III	Zusammenarbeit von Regionen	EFRE	Europäische territoriale Zusammenarbeit	Innovation, Umwelt/Risikoprävention	EFRE	7,7
URBAN	Stadtentwicklung	EFRE		Zugänglichkeit, Kultur, Bildung		
EQUAL	Bekämpfung von Diskriminierung auf dem Arbeitsmarkt	ESF				
Leader+	nachhaltige Entwicklung in ländlichen Gebieten	EAGFL, Ausrichtung	Entwicklung des ländlichen Raums (inkl. LEADER) (Bestandteil der Gemeinsamen Agrarpolitik, GAP)	Umstrukturierung des Agrarsektors, Schutz von Umwelt und Landschaft, Lebensqualität und wirtschaftliche Diversifizierung	ELER	69,75

Quelle: Europäische Kommission – infoeregio: Die Kohäsionspolitik am Wendepunkt 2007, 2004, S. 4 und 8 [modifiziert v. Verf.]

In der Reform der Strukturfonds 2007 ist die augenfälligste Änderung die Reduktion auf drei Förderlinien: Das neue ZIEL 1 wird das Ziel Konvergenz. Wie früher soll es die ärmsten Regionen wirtschaftlich an den europäischen Durchschnitt heranführen. Das neue ZIEL 2 ist die Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung, also die Förderung des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandels, um im globalen Wirtschaftswettbewerb mithalten zu können. Das neue ZIEL 3 ist die Förderung der territorialen Kooperation. Dazu gehören Erfahrungen mit der Gemeinschaftsinitiative INTERREG: Es gibt weiter die drei Förderlinien für grenzübergreifende (A) und transnationale (B) Zusammenarbeit zwischen Regionen sowie für interregionale Netzwerkbildung zwischen Gebieten ohne gemeinsame Grenze (C). Die Erfahrungen der anderen Gemeinschaftsinitiativen werden in die neuen Programme integriert, aber nicht als gesonderte Förderprogramme weitergeführt.

Stütze für die Strukturentwicklung

Aus der Perspektive der Wirtschafts- und Struktur-, Sozial- und Beschäftigungspolitik ist Kultur zweitrangig, sowohl auf europäischer Ebene als auch bei Bund, Ländern und Regionen. In den Ministerien, die in Deutschland die Fonds verwalten, werden kulturelle Maßnahmen und Projekte im Rahmen der Strukturförderung relativ gering geschätzt; obwohl de facto aus den Strukturfonds wesentlich mehr Mittel in kulturelle Projekte fließen als aus dem eigentlichen Kulturförderprogramm.

Dagegen spricht sich die Europäische Kommission für die Kulturförderung

aus den Strukturfonds aus. In der Verordnung über deren Nutzung für 2000 - 2006 wurde Kultur als Entwicklungsfaktor einbezogen: „Die kulturelle Entwicklung, die Qualität der natürlichen Umwelt und der Kulturlandschaft, die qualitative und kulturelle Dimension der Lebensbedingungen sowie die Entwicklung des Tourismus verhelfen den Regionen in wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht zu größerer Anziehungskraft, indem sie zugleich dauerhafte Arbeitsplätze schaffen.“⁵

Kultur als Industrie?

In Großbritannien hat die öffentliche Anerkennung und Förderung kommerzieller Kultur eine lange Tradition, auch das Konzept der „Cultural Industries“ stammt von hier. In Deutschland hatte der Begriff der Kulturindustrie etwas Anrühiges, seit Max Horkheimer und Theodor W. Adorno ihn Ende der 60er Jahre mit der nivellierenden und sinnentleerenden Massenproduktion von Kulturgütern gleichsetzten. In Großbritannien erschien er in einem ganz anderen Licht. Auf der Basis des aktuellen internationalen Diskurses schlagen Andreas J. Wiesand und Michael Söndermann in einer Studie über die Triebkraft des Kreativsektors für Vielfalt, Wachstum und Beschäftigung in Europa eine Definition für den Kultur-/Kreativsektor vor.

Diese Definition erfasst alle professionellen Aktivitäten in öffentlichen und privaten Organisationen und Einrichtungen, einschließlich benachbarter Felder wie Design und Kulturtourismus.⁶ Die Kulturwirtschaft ist in dieses Schema mit einbezogen, da die kommerzielle Schiene die allgemeine Entwicklung von Kultur und Medien stark beeinflusst. Umgekehrt ist die freie Kunst wichtig für die Kulturwirtschaft und für öffentliche Aktivitäten. Daher ist eine Beteiligung der öffentlichen Hand in diesem Geflecht nicht nur vielfach gegeben, sondern auch gerechtfertigt.

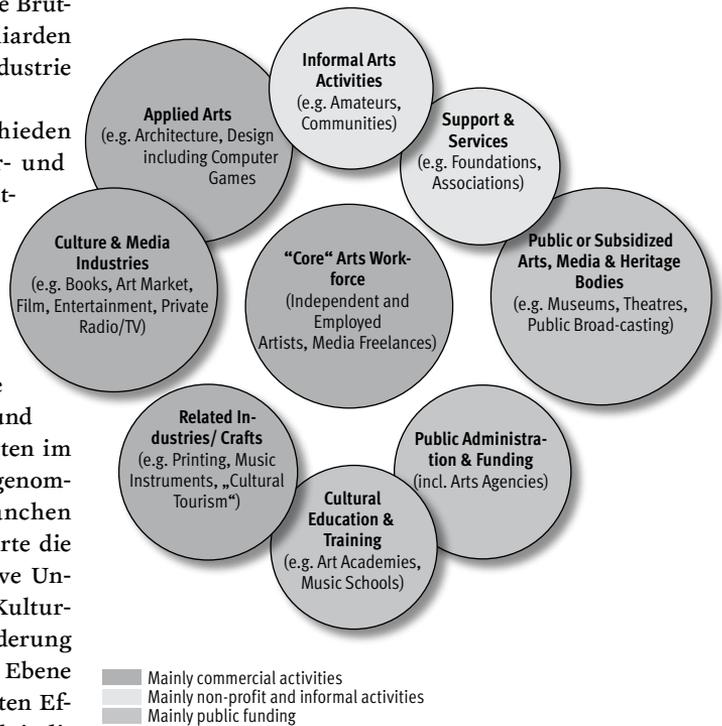
Sozialer und wirtschaftlicher Motor

Die Kulturwirtschaft als eigenständigen Wirtschaftszweig ins Recht zu setzen, ist dank neuerer Daten nicht schwer: Die neun Kernbranchen der Kulturwirtschaft⁷ erwirtschafteten 2003 in Deutschland Umsätze von 73,7 Milliarden Euro; europaweit liegen sie damit an der Spitze. Zur Bruttowertschöpfung in Deutschland trug der kommerzielle Kulturbetrieb 35 Milliarden Euro bei (1,6 Prozent des Bruttoinlandsprodukts). Die Summe liegt zwischen der Energiewirtschaft (30 Milliarden Euro) und der chemischen Industrie (44 Milliarden Euro). Rechnet man den öffentlichen Kulturbetrieb hinzu, käme man auf eine Bruttowertschöpfung von rund 41 Milliarden Euro. Zum Vergleich: Die Autoindustrie kommt auf 64 Milliarden Euro.

Neben gravierenden Unterschieden zwischen kommerzieller Kultur- und Medienindustrie und dem öffentlichen Kunst- und Kulturbetrieb haben sie zwei beschäftigungsrelevante Gemeinsamkeiten: Beide Kultursegmente sind arbeitsintensiv. Gerade in Deutschland schafft die öffentlich geförderte Kultur viele Jobs. Zwischen 1996 und 2001 hat die Zahl der Beschäftigten im Kultursektor um 20 Prozent zugenommen. Während in anderen Branchen Stellen abgebaut werden, stagnierte die Zahl der Beschäftigten (inklusive Unternehmer und Selbständige) im Kultursektor. Die öffentliche Kulturförderung auf staatlicher und europäischer Ebene trumps aber nicht nur mit direkten Effekten der Kulturwirtschaft. Auch indirekte soziale und wirtschaftliche Nebeneffekte eines vielfältigen kulturellen

Lebens in den Städten und Regionen zeigen die Bedeutung der Kultur: Kulturaktivitäten generieren indirekt Umsätze und Arbeitsplätze in Bereichen wie Übernachtung, Verpflegung und Transport. Das kulturelle Angebot einer Stadt oder Region begünstigt Investitionen, die Ansiedlung von Firmen und qualifizierten Arbeitskräften. Ein vielseitiges lebendiges kulturelles Milieu fördert die Identifikation ihrer Einwohner. Vorhandene Infrastrukturen können im Zuge des Strukturwandels in Landwirtschaft

The “Creative Sector“ – Arts, Media and Heritage in a European Perspective⁸



Quelle: Developed from models proposed at the Unesco-Conference “The International Creative Sector” (Austin, 2003), in NRW-Culture Industries Reports (1992-2005) and in the 1st Austrian Creative Industries Report (2004).

und Industrie kulturell neu genutzt werden.

Bereits vor 20 Jahren nahm das Interesse von Politik und Wirtschaft an der Kultur zu. Dieses Interesse hat im Laufe der 80er Jahre zu intensiverer Förderung auf allen Ebenen geführt, zugleich wuchs die Sorge vor ihrer Instrumentalisierung, insbesondere der Künste, für ökonomische und regionalpolitische Ziele. So fordert der Sozialwissenschaftler Dieter Kramer: „[...] Es kann] nicht nur um eine für andere Zwecke instrumentalisierte Kunst und Kultur gehen, [...] erst ein autonomer, seinen eigenen Gesetzen folgender, freier Kunst- und Kulturprozess [leistet] einen wirklichen Beitrag zu Lebensqualität und Zukunftsfähigkeit von Individuen und Gesellschaft.“⁴⁹ Dies ist ein wesentliches Anliegen der Kohäsionspolitik der EU.

Nährboden für Kreativität und Innovation

Eine besondere Leistung des Kultursektors ist, dass er persönliche Fähigkeiten und Einsatzbereitschaft des Einzelnen mobilisieren und damit als Motor für Innovation fungiert. Die „ästhetischen Irritationen“ von Künstlern und Intellektuellen haben sich in der Geschichte immer wieder als innovativ erwiesen. Innovation braucht Kreativität und „zur Infrastruktur für Kreativität gehört nicht nur das kulturelle Erbe, sondern auch ein breites anregungsreiches kulturelles Milieu.“

Öffentliche Kulturförderung auf lokaler und regionaler Ebene muss günstige Bedingungen schaffen: Räume für Kulturproduktion und -rezeption bereithalten, sowie Austausch und Kooperation

fördern. Die EU will mit ihrer Förderung zur Schaffung eines europäischen Kulturraums die Kulturpolitik der Mitgliedstaaten unterstützen. Die Programme sehen die Förderung von internationalem Austausch und Zusammenarbeit von Kulturschaffenden sowie die Zirkulation von Werken und Produktionen vor.

Im Rahmen der Strukturpolitik allerdings wird Kultur auf die Produkte, insbesondere künstlerische und architektonische Werke, reduziert. Programmatisch rückt schwerpunktmäßig das kulturell Überlieferte ins Blickfeld. „Alle Sponsorentätigkeit, alle Umwegrentabilität, alle Wahrnehmung von Standortvorteilen durch Kultur kann (zum Beispiel in den großen Ausstellungen) nur funktionieren, weil der Kulturbetrieb aus einem riesigen, jahrhundertealten Fundus schöpft. [...] Die aktuelle Kulturpolitik darf sich nicht darauf beschränken, vorhandene Schätze zu nutzen, sondern muss dafür sorgen, dass ein neuer Fundus gebildet wird.“ Akteure und Leistungen des Kultursektors bedingen und brauchen sich gegenseitig: Kunst, die noch nicht kommerzialisierbar ist, braucht öffentliche Gelder; die kommerzielle Kultur schöpft aus diesem Potenzial, öffentlich geförderte Kulturaktivitäten und -einrichtungen brauchen ein potentes Publikum und profitieren von einem kulturwirtschaftlichen Umfeld. Rezipierende wie produzierende Individuen brauchen „anregungsreiche Milieus“, die öffentlich oder kommerziell finanziert sein können.

In integrierten Strategien für Stadt- und Regionalentwicklung mit kultur- und wirtschaftspolitischen Ansätzen wird auf verschiedenen Ebenen für die Kulturförderung argumentiert: Neben

den messbaren Effekten auf Beschäftigung und wirtschaftliche Wertschöpfung ist es durchaus legitim und sinnvoll, die „Nebennutzen“ kultureller Aktivität in Betracht zu ziehen. Dabei darf jedoch nicht aus dem Blick geraten, dass die Teilhabe am kulturellen Leben – ob produzierend oder rezipierend, verwaltend oder anderweitig gestaltend – im Wesentlichen nicht ökonomische Effekte hat, die ihrerseits für die gesellschaftliche Entwicklung wichtig sind: Persönliche Entfaltung und Entwicklung des Einzelnen sind Grundlage für Kreativität, Veränderung und Vielfalt in der Gesellschaft.

Auf europäischer Ebene legt Artikel 151,4 des Gemeinschaftsvertrags fest, dass die „Gemeinschaft den kulturellen Aspekten bei ihrer Tätigkeit aufgrund anderer Bestimmungen dieses Vertrags Rechnung zu tragen habe“. Zum einen müssen alle politischen Richtungsentscheidungen auf Artikel 151 geprüft werden. Und diese „Kulturverträglichkeitsklausel“ fordert, im Rahmen der Programme anderer Politikfelder auch Kultur zu fördern. Dafür sind Abstimmungen verschiedener Gremien in mehreren Politikbereichen nötig. Kulturelle Angelegenheiten sind Sache der Mitgliedstaaten, in Deutschland fallen sie unter Länderhoheit. Die Auffassungen, inwiefern es eine europäische Kulturpolitik geben sollte, driften weit auseinander. Bemerkenswert ist, dass die Strukturfonds in den vergangenen Jahren in der Summe der Einzelmaßnah-

men dem Kultursektor als Ganzem gegnet haben, was programmatisch nicht vorgesehen ist. Es kann keine Strategie für wirtschaftliche Entwicklung geben, die für alle Länder und Regionen gilt; insbesondere im Hinblick auf den kulturellen Part. Deswegen handelt die EU bei der Kulturförderung nach dem Subsidiaritätsprinzip und dezentralisiert die europäische Strukturentwicklungspolitik zunehmend. Dennoch können die Strukturfonds-Programme mit ihren spezifischen Möglichkeiten die gemeinschaftlichen Ziele der Kulturförderung der EU unterstützen; hier besteht Definitions- und Abstimmungsbedarf.

Christine Beckmann studierte Kultur- und Kunstwissenschaft sowie Französisch; 1995-2000 Kulturbeauftragte der Gemeinde Worpswede; freiberufliche Tätigkeiten als Kulturberaterin, u. a. für das European Forum for the Arts and Heritage (EFAH). Seit 2004 wissenschaftliche Mitarbeiterin der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V., Referentin im Cultural Contact Point Germany. Publikationen zur europäischen Kulturförderung, Chancen, Grenzen und Organisation regionaler Vernetzung und kommunaler Kulturarbeit.

¹ Aus dem Kohäsionsfonds werden Verkehrs- und Umwelteinfrastrukturen in den Mitgliedsstaaten finanziert, deren BIP pro Kopf weniger als 90 Prozent desjenigen der EU beträgt.

² Vgl. Kulturpolitische Gesellschaft e.V. / Deutscher Kulturrat e.V. (Hg.): 2002, S. 159ff.

³ Regionen mit einem Pro-Kopf-BIP unter 75 Prozent des EU-Durchschnitts.

⁴ Regionen mit einem Pro-Kopf-BIP über diesem Durchschnitt.

⁵ Europäische Kommission: Verordnung (EG) Nr. 1260/1999 des Rates vom 21. Juni 1999 mit allgemeinen Bestimmungen über die Strukturfonds, Amtsblatt der Gemeinschaften L 161 vom 26.06.1999, S. 1.

⁶ Ebd. (Übersetzt. d. Verf.) Nicht enthalten sind Software- und Spielindustrien, Werbemärkte sowie Forschung und Entwicklung.

⁷ Vgl. Michael Söndermann, Arbeitskreis Kulturstatistik: Kulturwirtschaft. Statistische Eckdaten, veröffentlicht im November 2005, (<http://www.kulturmanagement.net/downloads/soendermann-kulturwirtschaft1.pdf>):

u.a. Verlagsgewerbe, Film-, Rundfunkwirtschaft, Kulturschaffende und KünstlerInnen aller Sparten, Einzelhandel mit Kulturgütern, Architekturbüros, Designwirtschaft.

turfonds, Amtsblatt der Gemeinschaften L 161 vom 26.06.1999, S. 1.

⁸ Andreas Wiesand / Michael Söndermann: The 'Creative Sector' – An Engine for Diversity, Growth and Jobs in Europe, September 2005, S. 15 [Abbildung reproduziert d. Verf.].

⁹ Dieter Kramer: Handlungsfeld Kultur. Zwanzig Jahre Nachdenken über Kulturpolitik, hrsg. v. Kulturpolitische Gesellschaft e.V., Essen 1996, S. 30.

PARTNERSCHAFT STATT REPRÄSENTATION

Welche Erwartungen gibt es gegenüber nationalen kulturellen Mittlerorganisationen in Europa? Der British Council passt sich dem Wandel an: bei den internationalen Prioritäten Großbritanniens und seiner Strategie im Bereich *Public Diplomacy*. Vom traditionellen Kulturinstitut zum Partner für Kulturbeziehungen – ein neuer Ansatz für internationale kulturelle Beziehungen im 21. Jahrhundert. *Von Michael Bird*



Europa verändert sich und mit ihm die kulturellen Mittlerorganisationen seiner Mitgliedstaaten. Eine wachsende Union mit 27 Mitgliedsländern und Migrationsbewegungen, wie es sie seit dem Zusammenbruch des Römischen Reiches nicht mehr gegeben hat, Spannungen und Terrorangst nach dem 11. September sowie eine wachsende Konkurrenz durch China und Indien lassen das sichere und stabile Europa, das uns nach dem Fall der Berliner Mauer und dem Ende des Kalten Krieges vorhergesagt wurde, rückblickend wie eine schöne Wunschvorstellung erscheinen. Die Geschichte scheint sich zu beschleunigen, ein Endpunkt ist nicht in Sicht.

Die Beziehungen Großbritanniens zu den anderen EU-Staaten waren nie enger

als jetzt. Wir gehören zu einer stärker zusammenrückenden wirtschaftlichen und politischen Gemeinschaft. In Großbritannien wächst aufgrund von Billigflügen, Massentourismus, gemeinsamem Markt und einer immer selbstbewussteren gesamteuropäischen Herangehensweise in Bildung und Erziehung, Wissenschaft und Kultur die Vertrautheit mit anderen europäischen Kulturen.

Nur noch wenige Probleme lassen sich innerhalb eines Landes lösen, wo innerstaatliche und internationale Themen immer stärker miteinander verkettet sind. Im britischen Staat mit seiner multikulturellen Gesellschaft befasst sich der British Council mit mannigfachen Themen, um die Nationen und Bevölkerungsgruppen im Land sowie Großbritannien selbst zu vertreten. Die Erwartungen gegenüber einer kulturellen Mittlerorganisation wie dem British Council richten sich nach Veränderungen auf der Makroebene. Dazu gehört der Druck, ein „gutes Preis-Leistungsverhältnis“, „Erfolge“ und „fertige Ergebnisse“ zu demonstrieren.

Dadurch ist eine Debatte entstanden, ob die Arbeit der nationalen kulturellen Mittlerorganisationen in Europa möglicherweise obsolet sei oder ob sie – wie ich glaube – mehr denn je gebraucht wird.

In einem im März 2006 publizierten und im Juni 2006 aktualisierten Weißbuch mit dem Titel *Active Diplomacy for a Changing World*¹ hat das britische Außenministerium die Trends ermittelt, die in den kommenden zehn Jahren den Lauf der Welt und die Rolle Großbritanniens im internationalen Umfeld beeinflussen werden. Die im Weißbuch definierten Prioritäten beziehen sich auf die gesamte britische Regierung, und der British Council betrachtet sie als Leitlinien für seine Arbeit:

- weltweiter Schutz vor globalem Terrorismus und Massenvernichtungswaffen
- Verringerung der Bedrohung Großbritanniens durch internationale Kriminalität – beispielsweise durch Drogenhandel, Menschen schmuggel und Geldwäsche
- Verhinderung und Lösung von Konflikten durch ein starkes internationales System
- Aufbau einer effektiv arbeitenden und global wettbewerbsfähigen EU in einem sicheren Umfeld
- Unterstützung der Wirtschaftstätigkeit Großbritanniens durch eine offene, expandierende globale Volkswirtschaft durch Wissenschaft, Innovation und gesicherte Energieversorgung
- Klimasicherheit durch Förderung eines schnelleren Übergangs zu einer nachhaltigen globalen Wirtschaft mit verringerten Kohlendioxidemissionen
- Förderung nachhaltiger Entwicklungshilfe und Abbau von Armut – unterstützt von Menschenrechten, Demokratie, beispielhafter Staatsführung und Umweltschutz
- Steuerung der Migration und Bekämpfung illegaler Einwanderung

Die internationalen Prioritäten Großbritanniens fokussieren die Partnerschafts- und Kooperationsabkommen in

Europa: „Für Großbritannien sind die veränderten internationalen Rahmenbedingungen richtungweisend für den hohen Stellenwert, den Pflege und Ausbau unserer Partnerschaften einnehmen ... Unsere bedeutendsten Partner sehen wir in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union und den Vereinigten Staaten. Die EU wird auch künftig die absolut wichtigste Verpflichtung Großbritanniens sein.“

Großbritannien gehört zu Europa, die Nachbarn sind unentbehrliche Partner im Umgang mit gemeinsamen sozialen, politischen und wirtschaftlichen Herausforderungen – innerhalb Europas und weltweit. Bei der neuen Strategie geht es weniger um eine auf Konkurrenzdenken beruhende Diplomatie als vielmehr um einen neuen Stil gemeinschaftlicher diplomatischer Aktivitäten.

Bilaterale Aktivitäten werden nach wie vor einen gewissen Raum einnehmen, aber Großbritanniens Partner in europäischen Ländern arbeiten mehr und mehr auf multilateraler Ebene.

Public Diplomacy

Im Hinblick auf die britische Auslegung von *Public Diplomacy* haben entscheidende Entwicklungen stattgefunden – die Lageüberprüfung zur *Public Diplomacy* in Großbritannien durch ein Team unter der Leitung von Lord Carter of Coles („Carter Review“) gibt darüber Aufschluss.² Ebenfalls von großer Bedeutung waren die Entscheidungen des britischen *Public Diplomacy*-Ausschusses, zu dem die wichtigsten britischen Akteure der *Public Diplomacy* zählen, auch der British Council.

Der Carter Review besagt, dass *Public Diplomacy* von den britischen Steuerzahlern finanziert wird (und Minister

der Regierung dem britischen Parlament darüber Rechenschaft ablegen) und sie daher die Ziele der britischen Regierung unterstützen soll. Lord Carter definierte *Public Diplomacy* als „Tätigkeit, die Individuen und Organisationen im Ausland informiert und einbezieht, um das Verständnis von Großbritannien und dessen Einflussnahme so zu verbessern, dass es mit den mittel- und langfristigen staatlichen Zielen im Einklang steht“. Gleichzeitig wurde im Carter Review die operative Unabhängigkeit des British Council und die redaktionelle Unabhängigkeit des BBC World Service betont. Der *Public Diplomacy*-Ausschuss hat sich im Anschluss darauf verständigt, dass es Aufgabe der britischen *Public Diplomacy* sei, die internationalen Prioritäten Großbritanniens zu verfolgen.

Der British Council bis 2010

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen hat der British Council eine anspruchsvolle Strategie für das Jahr 2010 formuliert. Dabei geht es um Klarheit über und Gründe unserer Aktivitäten. Es ist unsere Aufgabe, für beide Seiten förderliche Beziehungen zwischen Menschen in Großbritannien und anderen Ländern aufzubauen und die Wertschätzung für das kreative Gedankengut und die Leistungen Großbritanniens zu steigern. Wir leisten unseren Beitrag zu den Prioritäten Großbritanniens auf internationaler Ebene durch Verbesserung der Wahrnehmung Großbritanniens in anderen Ländern – eine Voraussetzung für ein besseres gegenseitiges Verständnis und infolge einer gegenseitigen Verbundenheit.

Ein grundlegender Aspekt der Strategie 2010 sowie der Kultur und der Werte des

British Council ist der Begriff der Gegenseitigkeit³. Im 21. Jahrhundert müssen auf diesem Prinzip beruhende Beziehungen zwischen Briten und den Einwohnern anderer Länder auf Gleichberechtigung und Vertrauen aufbauen. Letzteres wird gestärkt, wenn Großbritannien zugleich mit der Stärkung der Wahrnehmung britischer Vorstellungen und Leistungen für diese anderen Länder offen ist. Das Prinzip der Gegenseitigkeit ermöglicht den Dialog mit anderen Ländern und zeigt, dass es bei einer Verbesserung der Kommunikation um mehr geht als um reine Informationsübermittlung.

Es geht darum, Menschen auf der ganzen Welt und in Großbritannien Chancen anzubieten, in einen Dialog zu treten und so Vertrauen aufzubauen. Außerdem bindet das Prinzip der Gegenseitigkeit Menschen in Großbritannien in internationale Fragen ein und gibt ihnen dadurch die Möglichkeit, von Menschen in anderen Ländern zu lernen und sie zu respektieren. Es geht um die Suche nach neuen und offenen Formen der Kontaktaufnahme mit der Weltgemeinschaft.

Durch das Prinzip der Gegenseitigkeit erreichen wir Millionen von Menschen, da es gleichermaßen darum geht, wie wir mit Themen anderer und unseren eigenen Themen umgehen. Dies gilt sowohl für unsere Kunden wie für unsere Partner. Unser Engagement für regionale Partnerschaften und die geteilte Verantwortung für unsere Arbeit stellen unsere globale Bedeutung in über 100 Ländern weltweit und innerhalb der Nationen und Bevölkerungsgruppen Großbritanniens sicher.

Das Prinzip der Gegenseitigkeit ermög-

Bei der neuen Strategie geht es nicht um eine auf Konkurrenzdenken beruhende Diplomatie, sondern um einen neuen Stil gemeinschaftlicher diplomatischer Aktivitäten.

licht uns, das Potenzial und die Kreativität unserer eigenen Mitarbeiter freizusetzen, da unser Engagement für ethnische und kulturelle Vielfalt, die Wertschätzung der Diversität und gemeinsame Verantwortung auf unsere Beziehungen zu unseren externen Partnern wie auf interne Strukturen anwendbar sind.

Britische Strategie für Europa

Von März bis Juni 2006 wertete der British Council seine Strategie⁴ im Hinblick auf Zielsetzung und Prioritäten der Organisation sowie deren Umsetzung in Europa aus. Mehr als 250 wichtige Kontakte des British Council wurden nach ihrer Einschätzung der Herausforderungen und Chancen sowie ihren Erwartungen an den British Council in Europa befragt. Diese Untersuchung mündete in eine neue Strategieausrichtung für Europa. Der Kern besteht in gemeinsamen Belangen von Großbritannien und seinen europäischen Partnern, aus denen sich vier Hauptaufgabenbereiche herauskristallisieren:

1. Migration, Mobilität und Arbeit.

Im Jahr 2005 lebten 34 Prozent aller 191 Millionen Migranten weltweit in Europa⁵, und dieser Prozentsatz wird weiter ansteigen: „Migration wird neue wirtschaftliche Möglichkeiten schaffen und zur gesellschaftlichen und kulturellen Dynamik beitragen. Aber sie wird auch zu Spannungen zwischen Staaten und verschiedenen Bevölkerungsgruppen führen.“

2. Kultur, Identität und Extremismus.

Die Herausforderungen, die sich durch Migration, unterschiedliche Identitäten, den Islam und das Erstarren der extremen Rechten stel-

len: „Die ideologischen Spannungen, die sich im frühen 21. Jahrhundert wahrscheinlich am stärksten auf westliche Kulturen auswirken werden, haben ihren Ursprung in Religion und Kultur ... Der Botschaft der Extremisten etwas entgegenzusetzen und den Dialog zu fördern, wird im In- und Ausland eine Schlüsselrolle spielen. Wir müssen enger mit den verschiedenen Bevölkerungsgruppen in Großbritannien und Europa zusammenarbeiten ...“

3. Globale Wettbewerbsfähigkeit.

Der Bedarf an neuen Qualifikationen, Bildung, beruflicher Ausbildung und Innovation für eine erfolgreiche Zukunft Europas und Großbritanniens in einer von Globalisierung geprägten Welt: „In einer Situation des stetig wachsenden globalen Wettbewerbs müssen wir unsere Stärken in der Wissenschaft und im Bildungswesen fördern ...“

4. Klimasicherheit.

„Der Klimawandel ist eine ernste Bedrohung für die internationale Sicherheit. Klimasicherheit muss daher ein zentrales Anliegen der Außenpolitik sein.“

Europäische Kontakte des British Council sprachen sich für eine Stärkung der britischen Stimme in Europa und einen besseren Ideen- und Erfahrungsaustausch mit seinen europäischen Partnern aus. Unsere neue Strategie befasst sich mit diesen gemeinsamen Fragestellungen sowie internationalen Prioritäten Großbritanniens anhand von vier strategischen Themenbereichen. Sämtliche Aktivitäten des British Council in Europa werden im Rahmen dieser Themenbereiche geplant.

- Offenes Europa: Wir setzen uns für einen offenen Dialog zu bürgerlichem Engagement, interkulturellem Dialog, ethnischer und kultureller Vielfalt sowie zum Zusammenhalt in Europa ein.
- Wettbewerbsfähiges Europa: Wir fördern die Entwicklung des europäischen Bildungs- und Qualifikationspools als Antwort auf die Herausforderungen des globalen Wettbewerbs.
- Kreatives Europa: Wir unterstützen die für eine erfolgreiche Zukunft entscheidende wissenschaftliche und künstlerische Kreativität.
- Europa und die Welt: Wir stellen uns gemeinsam mit europäischen Partnern globalen, uns alle betreffenden Herausforderungen wie der Klimasisicherheit.

Im Zuge der neuen Strategie ist es Kernaufgabe des British Council in Europa, Partnerschaften und Netzwerke ins Leben zu rufen – als Teil einer Vision, das Europa der nächsten Generation gemeinsam zu gestalten. Im Einklang mit dem Wunsch der britischen Regierung weitet der British Council seine Aktivitäten zur Schaffung europäischer Netzwerke mit Großbritannien als Hauptpartnerland aus. Die Organisation wird größere Netzwerke britischer Partner und anderer Akteure in ihre Arbeit einbeziehen, um einen wechselseitigen Gedanken- und Meinungsaustausch zu intensivieren.

Dies bedeutet eine grundlegend veränderte Strategie der Arbeit des British Council. Er wird nicht mehr als traditionelles Institut für kulturelle Beziehungen mit einem Standardangebot aus den Bereichen Kunst, Wissenschaft und Bildung fungieren sowie bilaterale

Veranstaltungen und Aktivitäten finanzieren.

Vielmehr wird er zu einem Partner im Bereich Kulturbeziehungen, der den Zugang zu globaler Fachkompetenz ermöglicht und bei weitreichenden flächendeckenden Aktivitäten mitwirkt, die über die jeweiligen Landesgrenzen hinaus ein Echo finden. Wir wollen die Europäer der nächsten Generation zusammenbringen und Großbritannien ins Zentrum des internationalen Dialogs rücken. Wir werden europaweite und globale Großprojekte entwickeln, die mit Hilfe strategischer Partnerschaften und gemeinsamer Finanzierungsvereinbarungen geplant und realisiert werden. Wir werden unseren Englischunterricht und unsere Sprachprüfungen in Europa ausbauen, um das Erlernen von Englisch als Kernqualifikation für jeden jungen Europäer zu unterstützen.

Berlin als Magnet?

Berlin ist die größte Stadt Deutschlands und ein Magnet für Europäer, ein Dreh- und Angelpunkt des europäischen British-Council-Netzwerks, der uns stets neue, für Großbritannien und Europa relevante Themen aufzeigt.

Bei der Gestaltung des Europas der Zukunft sind Deutschland und Großbritannien naturgemäß Partner. Wir sehen es als zentrale Aufgabe, Netzwerke mit deutschen Vertretern der nächsten Generation aufzubauen, die nach Partnerschaften mit Großbritannien suchen, und gleichzeitig die Schlüsselposition Deutschlands innerhalb Europas als ein Land zu nutzen, das sowohl nach Osten als auch nach Westen ausgerichtet ist und mit Berlin über einen Anziehungspunkt für kreative junge Menschen aus aller

Welt verfügt. Das Entscheidende an unserer „deutschen“ Arbeit ist unsere Fähigkeit, Menschen innerhalb und außerhalb von Regierungskreisen, Entscheidungsträger und nachfolgende Generationen mit ihren Freunden und Kollegen in nahezu jedem Land Europas zusammenzubringen: Zum einen werden wir mit Hilfe staatlicher Fördermittel einflussreiche und engagierte Partnerschaften und Netzwerke mit den Europäern der nächsten Generation aufbauen, die sich mit ganz Europa betreffenden Fragestellungen sowie gemeinsamen Themen außerhalb Europas befassen. Zum anderen werden wir durch Dienstleistungen jüngerer Bevölkerungsgruppen erreichen, denen wir ermöglichen, die englische Sprache zu erlernen, an britischen Universitäten zu studieren und britische Qualifikationen zu erwerben. Dieses Spektrum wird durch unser Medienangebot, Online-Dienste sowie von uns betreute EU-finanzierte Programme zur Bildungs- und Mobilitätsförderung ergänzt. Für den British Council in Deutschland und anderen europäischen Ländern ist dies eine Neuausrichtung. Primäre Aufgabe ist es nicht mehr, das Bild von Großbritannien in Deutschland zu beeinflussen. Billigfluglinien erfüllen diese Aufgabe nun tag- ein, tagaus. Die Fußballweltmeisterschaft hat innerhalb eines Monats mehr für das Deutschlandbild in Großbritannien getan als die Arbeit von Kulturinstituten über viele Jahre hinweg. Wir ziehen aus unserem Gebäude in Berlin aus, das in den

Er wird nicht mehr als traditionelles Institut für kulturelle Beziehungen mit einem Standardangebot aus den Bereichen Kunst, Wissenschaft und Bildung fungieren sowie bilaterale Veranstaltungen und Aktivitäten finanzieren.

90er Jahren als „Showcase“ für das moderne Großbritannien geplant wurde, da dieses Modell im Zeitalter des Internets ausgedient hat.

Wir müssen nicht mehr in dieser Form sichtbar sein und unsere Serviceleistungen mit direktem Zugang für alle Vorbeigehenden präsentieren. Stattdessen halten wir es für notwendig, einen anspruchsvollen Ort der Begegnung für die Interaktion mit Europäern der nächsten Generation zu gestalten. Wir arbeiten an Projekten, die sich über eine ganze Region erstrecken und diese gesamte Region beteiligen. Ein geringerer Teil der von der britischen Regierung bereitgestellten Finanzmittel fließt in Programme, die sich an ein allgemeines Publikum wenden, beispielsweise an die gesamte Bevölkerungsgruppe der Jugendlichen. Dafür investieren wir mehr in die Schaffung von Netzwerken junger Europäer.

Partner in und für Europa

Die Verschiebung der bilateralen zur multilateralen Kulturarbeit beinhaltet auch engere Partnerschaften mit anderen europäischen Kulturinstituten und Dachorganisationen. Die Partnerschaft mit dem Goethe-Institut ist für Ersteres ein ausgezeichnetes Beispiel. Ein Beispiel für die zweite Kooperationsform ist die Initiative EU National Institutes for Culture (EUNIC), ein Zusammenschluss von 19 europäischen Kulturinstituten. Zielsetzung ist die Kooperationsförderung innerhalb und außerhalb Europas. Der British Council war maßgeblich an der Gründung dieser Kooperationspartnerschaft beteiligt. EUNIC arbeitet eng mit der Europäischen Kommission zusammen (Generaldirektion Bildung und Kultur) und befasst

sich derzeit mit drei großen gesamteuropäischen Projekten – interkultureller Dialog, Migration und neue EU-Kulturpolitik 2007 - 2013. Die Initiative arbeitet auf Landesebene über nationale Gruppen von EUNIC-Mitgliedsinstituten. Der British Council arbeitet zudem mit anderen europäischen Organisationen an EU-Programmen zur Bildungs- und Mobilitätsförderung wie Comenius, Erasmus und Youth Action mit. Obwohl das Konzept der „Partnerschaft“ in mancherlei Hinsicht berechenbar und damit einfach ist, sind wir überzeugt, dass unsere Verpflichtung zu Partnerschaften eine Verknüpfung von Zielen und Bestrebungen und die partnerschaftliche Zusammenarbeit einen Prüfstein für das Prinzip der Gegenseitigkeit darstellt, weil sie uns verpflichtet, unsere Arbeit mit thematischen Schwerpunkten der anderen abzustimmen.

Fazit

Der British Council in Deutschland und Europa definiert den Begriff „Kulturinstitut“ neu. Während wir unser Expertenwissen und unsere Autorität im internationalen Kontext von Bildung und Kunst beibehalten, werden wir Moderator für Debatten, eine Netzwerkorganisation und Initiator europaweiter Partnerschaften. Wir möchten Großbritannien ins Zentrum europäischer Beziehungen rücken und das Land unterstützen, europäische Partner zu mobilisieren, um gemeinsame europäische und globale Themen aufzugreifen. Wir sind sicher,

dass unser Ansatz indirekt viel stärker dazu beitragen wird, das Bild von Großbritannien in seiner Rolle als ernstzunehmender Partner in Europa zu fördern. Unsere einstige Aufgabe in Europa hat sich überholt, neue Aufgaben stehen uns bevor. Um diese Aufgaben zu erfüllen, steht der British Council unserer Ansicht nach für eine neue Art Organisation für kulturelle Beziehungen des 21. Jahrhunderts. Gleichzeitig kann man diesen Richtungswechsel auch als eine Rückkehr zu den Wurzeln des British Council sehen – jener Organisation, die im Jahre 1934 ins Leben gerufen wurde, um angesichts wachsender Intoleranz in Europa den offenen Dialog und freien Gedankenaustausch zu fördern.

Michael Bird ist Direktor des British Council in Deutschland. Er studierte in Cambridge, Harvard und Voronezh. Seit 1985 beim British Council, wurde er zur Zeit von Glasnost und Perestroika nach Moskau versetzt. Ab 1991 beriet er in Brüssel britische Universitäten und Forschungseinrichtungen zu Forschungs- und Mobilitätsprogrammen der EU. 1993 baute er eine neue Niederlassung des British Council in St. Petersburg auf. 1997 war er als Direktor des British Council in der Ukraine maßgeblich daran beteiligt, dass der British Council und das Goethe-Institut ein gemeinsames Haus in Kiew bezogen. 2001 bis 2005 war er Direktor des British Council in seinem Geburtsland Schottland.

¹ Active Diplomacy for a Changing World, FCO Crown Copyright, 2006.

² Review of Public Diplomacy, FCO, 2005.

³ Mutuality, Trust and Cultural Relations, Counterpoint, 2004.

⁴ Options for Change, British Council, 2006.

⁵ International migration and development, Report of the Secretary-General, UN, 2006.

RAUS AUS DEM HUNTINGTON-SZENARIO

Harte Politik und Wirtschaft waren in der EU-Mittelmeerparkerschaft seit dem Beginn des Barcelona-Prozesses 1995 gefragt. Erst der Schock des Karikaturenstreits hat die Aufmerksamkeit auch auf weiche Themen gelenkt. Sind die Kulturbeziehungen zwischen der EU und den südlichen Mittelmeeranrainern mehr als bloß eine rhetorische Beschwörung des Dialogs?

Von Traugott Schöftbaler



Die Barcelona-Erklärung ist eine Kopie der Helsinki-Charta von 1975. Die im November 1995 von den damals 15 EU-Mitgliedstaaten und ihren damals zwölf Mittelmeerpartnern (inzwischen haben Malta und Zypern die Seiten gewechselt) verabschiedete Erklärung ist ein zukunftsweisendes Dokument, das sich bewusst an ihrem Vorgänger orientiert: Kapitel 1 legt Prinzipien für politische und Sicherheitspartnerschaft fest; Kapitel 2 steckt Ziele für Freihandel und wirtschaftliche Entwicklung, und Kapitel 3 handelt von den „weichen Themen“ im Sinne des erweiterten Kulturbegriffs. Bildung, Kulturerbe und Kreativität, Wissenschaft, Medien, Jugend, Frauen, Menschenrechte – Austausch und Verständigung stehen im Fokus.

In Europa erinnert sich die nicht mehr ganz junge Generation noch daran, welche Dynamik 1975 der sogenannte Korb 3 von Helsinki entwickelte, bis schließlich 14 Jahre später die Mauern und Systemgrenzen fielen. Ich erinnere mich noch sehr gut an Demonstrationen in der DDR unter dem Motto „Danke, Erich“. Kein DDR-Bürger musste das Gefängnis fürchten, nur weil er Poster mit Zitaten aus der Helsinki-Charta öffentlich zur Schau stellte. Die Helsinki-Charta hat nicht die Mauer niedergerissen, aber sie hat dem Drängen nach Menschenrechten und Kulturaustausch eine Legitimität gegeben, gegen die schwer anzukommen war. Das größte Hindernis zum Erfolg war die Kurzatmigkeit vieler Westeuropäer, die die Helsinki-Bürgerkomitees als naiv belächelten und einfach nicht an die Möglichkeit zur Beendigung des Kalten Kriegs glauben wollten. 1985 haben unsere Nachbarn in Polen, der Tschechoslowakei und in Ungarn den Helsinki-Prozess gerettet: Hätten sie nicht insistiert, wäre Helsinki nach zehn Jahren vermutlich vom Westen aufgegeben worden.

Die mit der Barcelona-Erklärung begründete Europa-Mittelmeer-Partnerschaft verbindet die nunmehr 27 EU-Mitgliedstaaten und zehn südliche Nachbarn, von Marokko über Ägypten, Israel, Jordanien und Syrien bis zur Türkei. Es ist die

weltweit einzige politische Konstellation, in der Palästina (unter dem Namen „palästinensische Autonomiegebiete“) vollen Mitgliedstatus besitzt und nicht auf der Beobachterbank Platz nehmen muss. Der Aufnahmeantrag Mauretaniens ist seit November 2006 abgesegnet, Libyen zielt sich noch etwas, Südosteuropa fehlt. Zwar hat das Präsidium Bosnien-Herzegovinas grundsätzlich einen Aufnahmeantrag beschlossen; EU-Europa hat jedoch ein großes Problem mit seiner seit 2007 neu konzipierten „Europäischen Nachbarschaftspolitik“: Die Gruppe der Beitrittskandidaten (zu der Südosteuropa gehört) wird separat behandelt. Gegenstand der Nachbarschaftspolitik sind Staaten, die voraussichtlich keine Beitrittschance erhalten. Die bilateralen Beziehungen zur EU werden in Assoziierungsabkommen geregelt. Entsprechend unwohl fühlen sich unsere türkischen Partner, wenn sie in der Europa-Mittelmeerpartnerschaft zur „anderen Seite“ gerechnet werden. Als die Euro-Mediterrane Anna-Lindh-Stiftung für Kulturdialog, die 2005 gegründete jüngste gemeinsame Einrichtung des Barcelona-Prozesses, im Februar 2006 einen Internet-Kulturdialog für junge Menschen zwischen 18 und 25 startete, musste auf türkischen Druck der mit einer Unterteilung in EU und Partner versehene Ausschreibungstext zur Förderung von Nord-Süd-Partnerschaften geändert werden.

Andere Probleme sind nicht so leicht zu lösen. Allen voran natürlich der Nahostkonflikt, dessen friedliche Beendigung 1995 so nahe schien. Heute ist die Anna-Lindh-Stiftung die einzige Institution, die so etwas wie Kulturbeziehungen zwischen Israel und allen arabischen Staaten organisiert, trotz Boykotts der

Kulturbeziehungen durch die Arabische Liga. Wenn alle an den Tisch geladen werden, kommen auch alle, fast immer, ganz gleich, ob es sich um gemeinsame Lehrerfortbildung, um Kulturfestivals, um Hochschulzusammenarbeit oder regionale Netzwerke handelt. So weit trägt die Parallele zu Helsinki auch unter heutigen Bedingungen. Boykotte und Absagen sind jedoch fast schon die Regel, wenn es sich um Projekte kleineren Zuschnitts handelt. Bei der 2006 gestarteten ersten Serie von 28 Förderprojekten, die nach der Formel 2+2 (mindestens zwei europäische und zwei südliche Partner) konzipiert werden, sind fünf israelische Partner beteiligt. Die Bereitschaft arabischer Partner zur Mitarbeit an diesen Projekten begrenzt sich jedoch auf Palästina und Jordanien. Insgesamt bleibt die „Europa-Mittelmeer-Partnerschaft“ noch weitgehend im Bereich der Rhetorik.

Die Ursachen hierfür liegen nicht allein in den politischen Konflikten und der sie verschärfenden Krise in den kulturellen Beziehungen mit der arabischen Welt, für die wütende Proteste gegen die Mohammed-Karikaturen Anfang 2006 nur ein Symptom waren. Die Frage ist, ob EU-Europa wirklich bereit zu einer Part-

Die Helsinki-Charta hat nicht die Mauer niedergerissen, aber sie hat dem Drängen nach Menschenrechten und Kulturaustausch eine Legitimität gegeben, gegen die schwer anzukommen war. Das größte Hindernis zum Erfolg war die Kurzatmigkeit vieler Westeuropäer, die die Helsinki-Bürgerkomitees als naiv belächelten und einfach nicht an die Möglichkeit zur Beendigung des Kalten Kriegs glauben wollten.

nerschaft auf gleicher Augenhöhe mit seinen südlichen Nachbarn ist, wie sie 1995 in Barcelona vereinbart wurde.

Europa und das Mittelmeer als Partner

Faktisch ist die Europa-Mittelmeer-Partnerschaft (EMP) zu einem Instrument der EU-Außenpolitik geworden, gestaltet durch die Europäische Kommission unter rotierendem Vorsitz der EU-Präsidentschaft. Nahezu alle Budgetentscheidungen werden innerhalb der EU-Strukturen getroffen und folgen den administrativen und Finanzregularien der Kommission. Alles gilt als „Projekt“, weitgehend auf sich gestellt, das Verbot der „Doppelfinanzierung“ behindert Synergien zwischen Projekten und Programmen, die von der EU gefördert werden. Dies lässt wenig Raum für kohärente Strategien und kaum Platz für gemeinsame Entscheidungsfindung zwischen Nord und Süd. Die Sprache der Entwicklungshilfe teilt Partner in Geber und Empfänger.

Es ist daher wenig hilfreich, die bisherigen Ergebnisse der EMP an den Zielen der Barcelona-Erklärung zu messen. Angemessener ist es, von einer EU-Mittelmeerpolicy zu sprechen und politische Ziele der EU zum Maßstab zu nehmen. Zu den wichtigsten Ergebnissen gehören die Schaffung eines politischen Instrumentariums mit regelmäßigen Treffen – etwa alle sechs Wochen – zwischen den Außenministerien auf der Ebene der Hohen Beamten und Botschafter (Euro-Med-Komitee), mit routinemäßiger Beteiligung aller Partner einschließlich Israel, Palästina und Syrien. Einmal jährlich treffen sich die Außenminister, periodisch finden andere Ministertref-

fen statt, 2006 zu Fragen der Umwelt, Information, Gleichstellung von Mann und Frau, Industrie und Verkehr. 2007 sollen sich erstmals die Kulturminister (in Griechenland) und die Hochschulminister (in Ägypten) treffen. Nachdem im ersten Jahrzehnt der EMP Politik, Sicherheit, Handel und wirtschaftliche Entwicklung die Zusammenarbeit dominierten, sollen jetzt die „weichen Themen“ aus Korb 3 auch auf Ministerebene behandelt werden. Der Schock der Karikaturenproteste sitzt tief. Die Hochschulminister werden die Erweiterung des Europäischen Hochschul- und Forschungsraums auf die Mittelmeerpartner diskutieren, die Europäische Kommission wird ein neues Stipendienprogramm für Studenten und Nachwuchswissenschaftler auflegen, das Europäische Rahmenprogramm zur Forschungsförderung nach Süden geöffnet. Die Kulturminister werden gemeinsame Schritte zur Ratifizierung und Umsetzung der UNESCO-Konvention zur kulturellen Vielfalt und zur Verwirklichung des Aktionsprogramms der UN-Allianz der Zivilisationen diskutieren und in diesem Zusammenhang die weitere Perspektive der Anna-Lindh-Stiftung für Kulturdialog festlegen.

Zur Erfolgsbilanz gehört auch, dass die EU mit allen Mittelmeerpartnern bilaterale Assoziierungsabkommen unterzeichnet hat. Dies hat Folgen insbesondere für Handel und Wirtschaft. In den letzten zehn Jahren ist das Handelsvolumen der Mittelmeerländer mit der EU in allen Fällen auf weit über 50 Prozent gestiegen. Die EU ist, insbesondere über das Mittelmeer-Finanzierungsinstrument der Europäischen Investitionsbank, zum größten ausländischen Investor in allen Mittelmeerländern geworden. Die Chancen ste-

hen gut, dass das ehrgeizige Ziel erreicht wird, bis 2010 eine Europa-Mittelmeer-Freihandelszone zu schaffen.

Arabische Krisenprävention?

In der Debatte über den Wert der EMP wird regelmäßig kritisch angemerkt, der Barcelona-Prozess habe nichts zur Lösung des Nahost-Konflikts beigetragen. Dies ist richtig, doch ist das EMP-Instrumentarium dazu nicht in der Lage. Der israelisch-arabische Konflikt ist nicht der einzige, indem die EU nur ein Akteur in einem „Quartett“ ist. Die EMP verfügt nicht einmal über hinreichend politische Autorität, um einen vergleichsweise kleinen Konflikt wie den Zypernstreit beizulegen.

Der Geist der Barcelona-Erklärung lebt in ihrem dritten Kapitel zu Bildung, Wissenschaft, Kultur und Medien, bis jetzt der arme Vetter der politischen und wirtschaftlichen Zusammenarbeit. Die häufigsten Stichworte im dritten Kapitel sind „Kultur“ und „Zivilgesellschaft“. Es musste erst jedermann deutlich werden, dass sich die kulturellen Beziehungen zwischen Europa und insbesondere seinen arabischen Nachbarn dramatisch verschlechtert haben, dass vertieftes Misstrauen zwar nicht den Handel, aber die politischen Beziehungen gefährdet, bevor die Kultur jetzt erstmals in den Vordergrund der EU-Mittelmeerpoltik rückte. Bis 2005 war das EuroMed-Kulturerbeprogramm fast das einzige regionale Kulturprojekt, abgesehen von einem Programm zur Fortbildung von Jugendleitern sowie sehr begrenzten Projektmitteln in der Hochschulzusammenarbeit (TEMPUS/MEDA) und nach einigen Jahren beendeten Programmen im Medienbereich. 2005 kamen ein Journalistenprogramm

und die Anna Lindh-Stiftung hinzu, gefolgt von Grundsatzserklärungen über die Notwendigkeit zum Engagement im Bildungsbereich, mit einer Reihe bilateraler Förderzusagen für Schulbauprojekte. Nahezu alle der 35 EMP-Außenminister haben bei ihrer Jahreskonferenz Ende 2006 in Tampere einen Aufschwung der Kulturbeziehungen und neue Anstrengungen für einen Kulturdialog gefordert.

Europa beginnt zu verstehen, dass traditionelle Foren des Kulturaustauschs und des Kulturdialogs im Verhältnis zur arabischen Welt weitgehend fehlgeschlagen sind. Das erste EU-Forum zum Kulturdialog mit der Organisation der Islamischen Konferenz (OIC) im Frühjahr 2002 in Istanbul endete ohne substanzielle Ergebnisse. Die Absage des zwei Jahre später geplanten Folgetreffens führte sogar zu einem folgenschweren Eklat. Da die islamischen Staaten in Europa kein Gehör für ihre Forderung nach einer gemeinsamen Erklärung gegen Islamophobie und Diskriminierung des Islam fanden, brachten sie einen Antrag bei der VN-Menschenrechtskommission ein, ein Jahr später gefolgt von einem gleichlautenden Antrag in der UNO-Vollversammlung. Beide Male musste abgestimmt werden. Der Antrag wurde mit Mehrheit von zwei Dritteln beschlossen. Alle EU-Mitgliedstaaten gehörten zum unterlegenen Drittel. Der Westen war 2005 noch nicht bereit, die Diskriminierungsempfindungen der Muslime angemessen zu würdigen, sondern beharrte darauf, Islamophobie müsse stets zusammen mit Christianophobie und Antisemitismus gesehen werden. Dies hat sich mittlerweile geändert. Das in Wien angesiedelte EU-Zentrum zur Beobachtung von Rassismus und Xenophobie hat eine viel beachtete Studie zur Islamo-

Insgesamt bleibt jedoch die „Europa-Mittelmeer-Partnerschaft“ noch weitgehend im Bereich der Rhetorik.

phobie in Europa veröffentlicht. Die Verbitte- rung ist jedoch insbesondere bei den arabischen Nachbarn Europas geblieben. Die EU-Kommissarin für Außenbeziehungen und Nachbarschaftspolitik, Benita Ferrero-Waldner, fordert bis 2008 die Schaffung von Frühwarn- und Krisenbewältigungssystemen, die verhindern sollen, dass wie bei den Karikaturenprotesten erneut Probleme kulturellen Nichtverstehens außer Kontrolle geraten.

Tausende von Dialogveranstaltungen in den letzten beiden Jahrzehnten brachten Vertreter von Religionen oder Kulturen zusammen. Sie endeten in der Regel mit wenig substanziellen Erklärungen über gemeinsame Werte, konnten jedoch keine gemeinsame Sprache für kulturelle oder religiöse Unterschiede finden, die die Sollbruchstellen kultureller Nord-Süd-Probleme, aber auch von Auseinandersetzungen zwischen kulturellen oder religiösen Gemeinschaften in fast jedem der EMP-Länder sind. Erst jetzt verbreitet sich die Einsicht, dass der Kulturdialog aus dem Huntington-Szenario ausbrechen muss, wenn er etwas bewegen will. Kultur darf nicht reduziert werden auf Kulturerbe, sondern muss – im Sinne der Definition von Lebensqualität im UNDP-Bericht – über menschliche Entwicklung auch als Gestaltungsraum für jeden Bürger mit seinen vielfachen kulturellen Zugehörigkeiten und Präferenzen verstanden werden. Es ist daher wichtig, dass die Konvention über kulturelle Vielfalt im Mittelpunkt der ersten EuroMed-Kulturministerkonferenz 2007 steht.

Die Anna-Lindb-Stiftung vermittelt

Die Euro-Mediterrane Anna-Lindh-Stiftung für Kulturdialog im ägyptischen

Alexandria ist bisher die einzige von allen Partnern kofinanzierte und im Süden der Region eingerichtete EMP-Institution. Sie entwickelt Ideen für einen substanziellen Kulturdialog und vermittelt insbesondere jungen Menschen die hierfür benötigten Fähigkeiten. Die Stiftung hat im August 2005 ihre Arbeit aufgenommen als Netzwerk von 35 nationalen Netzwerken, die Ende 2006 rund 1.200 Institutionen und Organisationen aus den Bereichen Bildung, Kultur, Wissenschaft, Medien, Frauen und Jugend verbinden.

Erstes gemeinsames Produkt war eine mit Praxisbeispielen bestückte Studie zur Rolle von Bildung, Kultur und Medien bei der Veränderung von Einstellungen und Verhaltensweisen zwischen Männern und Frauen. Gemeinsam mit dem Europarat und der Bildungs- und Kulturorganisation der Arabischen Liga (ALECSO) hat die Stiftung im Mai 2006 ein Euro-Mediterranes Lehrerfortbildungsprogramm gestartet, das Lehrerinnen und Lehrer aus Nord und Süd in die Vermittlung kultureller Vielfalt und interreligiöser Toleranz einführt. Tausend junge Künstler aus der Region werden Ende Oktober 2007 zur erstmals außerhalb Europas veranstalteten BJCEM-Kunst-Biennale in Alexandria unter dem Motto „Unsere kreative Vielfalt“ erwartet, eine Hommage an den unter diesem Titel vor zehn Jahren veröffentlichten Bericht der Weltkommission „Kultur und Entwicklung“, der den aktuellen internationalen Vereinbarungen zum Schutz und Respekt kultureller Vielfalt den Boden bereitet hat. Die Barcelona-Erklärung bleibt von Bedeutung, insbesondere mit dem bisher nicht in Programme umgesetzten politischen Bekenntnis aller EMP-Partner zur Sicherung des Respekts kultureller Vielfalt und

religiösen Pluralismus in der gesamten Region. Richtig verstanden sind die neueren Deklarationen und Übereinkommen zur kulturellen Vielfalt des Europarats, der Arabischen Liga, der ALECSO und der OIC samt ihrer Kulturorganisation (ISESCO) und allen voran natürlich der UNESCO ein Potenzial, aus dem sich Mittel zur Heilung der vergifteten Kulturbeziehungen zwischen Europa und seinen südlichen Nachbarn gewinnen lassen.

Die Euro-Mediterrane Anna-Lindh-Stiftung für Kulturdialog ist eine typische Top-Down-Kreation von Regierungen. Sie hat jedoch bereits Mechanismen zum Wirken in die Zivilgesellschaft entwickelt, gemeinsam mit drei anderen EuroMed-Netzwerken, dem der politikwissenschaftlichen Institute (EuroMeSCo), dem der wirtschaftswissenschaftlichen Institute (FEMISE) und der Euro-Mediterranen NRO-Plattform mitsamt dem parallel eingerichteten Netzwerk der Jugendorganisationen. Die Stiftung beteiligt sich am Aufbau einer permanenten interuniversitären Plattform für die EuroMed-Region, die die Erweiterung des europäischen Hochschul- und Forschungsraums in den Süden unterstützen und der direkten Hochschulzusammenarbeit über das Mittelmeer hinweg Auftrieb geben soll. Die Gründungsversammlung wird voraussichtlich im Juni 2007 in Alexandria stattfinden. Mit dem DAAD und dem British Council engagiert die Stiftung sich insbesondere für die Demokratisierung des Zugangs zu Informationen über akademische Mobilität an arabischen Hochschulen. 2007 wird ein Ausbildungsprogramm für Personal künftiger akademischer Auslandsämter in Alexandria starten.

Zum Bericht der UN-Kommission zur „Allianz der Zivilisationen“ hat die Stiftung ihren Beitrag geleistet. Wichtigstes Element ist das Eintreten gegen Missbrauch kultureller oder religiöser Argumente für politische Ziele. Im ernsthaften Dialog mit seinen südlichen Nachbarn hat Europa Chancen, zu einem realistischeren Bild seiner eigenen kulturellen Vielfalt zu kommen. Für die kulturellen Beziehungen zum Mittelmeerraum ist es unerlässlich, in Europa mehr Wissen über die kulturelle Komplexität der Partner zu vermitteln. Wenn Europa sich in Krisensituationen mit Beschwörungen der „europäischen Werte“ einigelt, wie im Karikaturenstreit geschehen, werden unnötig neue Zäune errichtet. Die Werte der Europäischen Menschenrechtskonvention von 1953 sind seit 1966 auf dem Vormarsch – dank der Menschenrechtskonventionen in den Vereinten Nationen, des sogenannten Wirtschafts- und Sozialpakts über bürgerliche sowie dank politischer, sozialer, wirtschaftlicher und kultureller Rechte.

Die permanente Wiederholung des Begriffspaares „Europa“ und „der Islam“ ist eine Dichotomie, die historische wie gegenwärtige islamische Elemente der europäischen kulturellen Vielfalt ausgrenzt. Der Schritt zum Missbrauch für das politische Ziel, die Türkei aus der EU herauszuhalten, ist nicht weit. Die Europa-Mittelmeer-Partnerschaft ist eine geeignete Plattform, um Kulturbeziehungen auf gleicher Augenhöhe zu entwickeln.

Traugott Schöfthaler, Dr. phil., ist seit November 2004 Gründungsdirektor der Anna-Lindh-Stiftung in Alexandria.

EUPHORIE IN KROATIEN Kultur und Identität sind untrennbar miteinander verknüpft. Wie also soll man sich in einem Europa der Vielfalt europäisch fühlen? Ein erster Schritt ist die Einsicht, dass nicht nur politische und wirtschaftliche Fragen auf der europäischen Agenda stehen dürfen, sondern ebenso kulturelle und ethische Werte. Welchen Weg wählt Kroatien, um die Öffentlichkeit für einen EU-Beitritt zu gewinnen?
Von Marija Pejčinović Burić



EU-Kommissionspräsident José Manuel Barroso eröffnete die erste Konferenz „Europa eine Seele geben“ 2004 mit den Worten: „Die EU hat ein Stadium in ihrer Geschichte erreicht, in dem ihre kulturelle Dimension nicht mehr geleugnet werden kann.“ In der Tat sind wir mit der EU-Erweiterung nach Mittel- und Osteuropa Zeugen eines gewachsenen Europa mit mehr Zuständigkeiten, Ausdrucksmöglichkeiten und kulturellen Traditionen geworden.

Bedenkt man aber, dass der Kulturbegriff mit dem Identitätsbegriff untrennbar verbunden ist, kommt man bei Fragen zur europäischen Identität nicht um den kulturellen Hintergrund herum. Sowohl Kultur als auch Identität werden von Wissenschaftlern, Gelehrten und

Philosophen eingehend analysiert. Eine allgemeingültige Definition gibt es dennoch nicht und es ist fraglich, ob es sie überhaupt geben kann. Kultur und Identität sind nicht nur Gegenstand abstrakter Gedankengebäude, sie sind im Alltag der Menschen fest verwurzelt. Wie könnte man in diesem Sinne den „europäischen Weg“ definieren?

Kultur spielt eine tragende Rolle bei der Weiterentwicklung von Wissen, bei Verständigung und Vermittlung von Werten und einem Zugehörigkeitsgefühl, für die Demokratie und Anerkennung von Menschenrechten. Nicht zufällig taucht sie auch in der Präambel der EU-Verfassung auf, in der die Mitgliedstaaten dazu aufrufen, die Solidarität zwischen ihren Völkern zu vertiefen und gleichzeitig ihre Geschichte, Kultur und Traditionen zu respektieren und zu wahren. Diesem Appell folgt eine Einleitung, die klarstellt, dass eine europäische Bürgerschaft die nationale Staatsangehörigkeit nicht ersetzen, sondern ergänzen soll, sowie der Vorsatz, die Identität und Unabhängigkeit Europas zu stärken, um Frieden, Sicherheit und Fortschritt in Europa und der Welt garantieren zu können. Die Präambel und die gemeinsamen Klauseln des Vertrags unterstreichen damit die Wichtigkeit der Verknüpfung und Unabhängigkeit

von Kultur, Identität und der Union als Garant für den Frieden.

Die Idee einer europäischen Bürgerschaft beweist das Vorhandensein gemeinsamer Grundwerte, die gleichzeitig die Eckpunkte des gesamten Integrationsprozesses darstellen, ebenso wie die friedenssichernde Funktion der EU. Auch wenn die meisten Europäer das Trauma des Zweiten Weltkriegs nur aus Erzählungen kennen, ist er ein Teil der kollektiven Erinnerung. Die Bedeutung des Friedens ist für Kroatien nach dem Krieg auf dem Balkan ein unschätzbar wertvolles Gut. Aber auch für viele andere Länder in der Welt, deren Alltag von Kriegen und Tragödien bestimmt wird, ist Europa eine Oase des Friedens.

Was Identitätsfragen anbelangt, ist klar, dass die Union in der Praxis ebenso wie in ihren Statuten gleichviel Wert auf die jeweiligen Identitäten der Mitgliedstaaten und eine europäische Identität legt. In diesem Sinne lautet der erste Artikel des Verfassungsvertrags: „Die Union sollte die Gleichheit der Mitgliedstaaten vor der Verfassung ebenso respektieren wie deren nationale Identitäten, die sich in ihren grundlegenden politischen und verfassungsgebenden Strukturen wiederfinden.“ Hieraus resultiert auch die Bedeutung von Symbolen. Bilder- und Zeichensymbole sind der Kitt, der Europa zusammenhält und einen kollektiven Erinnerungsschatz schafft. Beispielhaft ist das Motto der EU „Einheit in der Vielfalt“. Das erste Mal wurde dieser Leitspruch offiziell im Verfassungsvertrag erwähnt, der nicht nur einen Blick in die Vergangenheit, sondern auch in die Zukunft richtet. Interessanterweise reflektiert das formelle Motto eine alte Tradition vieler europäischer Rechtssysteme: die Aufnahme in ein rechtliches

Dokument einer Institution, die sich in der Praxis schon etabliert hat. Ebenso war die Einheit in der Vielfalt schon im Umlauf, bevor sie in die Verfassung mit aufgenommen wurde. Dennoch ist der Blick in die Zukunft von der Notwendigkeit geprägt, unsere Perspektiven angesichts der gescheiterten Verfassungsreferenden in Frankreich und den Niederlanden sowie der EU-Erweiterung zu überdenken.

Kultur als Sabnebübchen?

Obleich es klare Anzeichen und sogar Fakten gibt, die untermauern, dass die Erweiterung 2004 ein politischer und wirtschaftlicher Erfolg war, sehen wir uns mit einer Müdigkeit, wenn nicht einer direkten Ablehnung der weiteren Integration konfrontiert. Vielleicht liegt es daran, dass die EU sich von vorneherein stark auf die ökonomische, institutionelle und administrative Integration konzentrierte und dabei kulturelle und ethische Werte vernachlässigte. Vielleicht sollte die Union sich auf ihre gemeinsamen Werte und ihr Kulturerbe besinnen, um das Vertrauen der Bürger in die Zukunft eines vereinten Europa zu stärken.

Zudem profitiert auch die Wirtschaft von der Kultur. Einer Studie der Kommission zufolge trug der Kultursektor 2,6 Prozent zum europäischen Bruttoinlandsprodukt bei und beschäftigte 2004 nahezu sechs Millionen Menschen. Hier sind indirekte und nicht messbare Beiträge aus kulturellen Aktivitäten noch nicht mit einbegriffen. Die Zahlen entsprechen besonders im Bereich Wachstum und Arbeit den Zielen der Lissabon-Agenda. Alles in allem scheint es, dass die Einbindung von Kultur zur Überwindung der emotionalen Lücke zwischen den Euro-

päern und dem europäischen Integrationsprozess – auch das Ziel der Initiative „Europa eine Seele geben“ – nur eine Win-win-Situation ergeben kann.

Was tut Kroatien als Beitrittskandidat in einem fortgeschrittenen Stadium der Beitrittsverhandlungen in dieser Hinsicht? Die Partnerschaft zwischen der Europäischen Union und Kroatien hat sich nach dem Beginn der Beitrittsverhandlungen im Oktober 2005 intensiviert. Der Beitrittsstatus an sich und der Verhandlungsstatus tragen zu einer besseren Kommunikation bei, die sich der Verständigung mit EU-Mitgliedern angleicht.

Die öffentliche Rückendeckung ist das Herzstück der Beitrittsverhandlungen und Ausgangspunkt für die Ausarbeitung eines strategischen Plans und jedes weitere Vorgehen. Deshalb hat die kroatische Regierung Ende 2005 und das kroatische Parlament Anfang 2006 die Kommunikationsstrategie mit dem Ziel, die kroatische Öffentlichkeit über die EU und die Vorbereitungen auf eine Mitgliedschaft zu informieren, formuliert. Dazu gehört die Bereitstellung leicht verständlicher und zugänglicher Informationen für die Bürger und der Kontakt zur Öffentlichkeit über Medienberichterstattung, regelmäßige öffentliche Debatten, Infotelefone und ausgewählte Projekte wie die Feierlichkeiten zum Europatag. Besondere Aufmerksamkeit verdienen junge und spezielle Zielgruppen in der kroatischen Gesellschaft und in bürgerlichen Einrichtungen. Außerdem wird die dezentralisierte Kommunikation über Aktivitäten auf regionaler und lokaler Ebene gefördert.

Die Einbindung von Kultur zur Überwindung der emotionalen Lücke zwischen den Europäern und dem europäischen Integrationsprozess kann nur eine Win-win-Situation ergeben.

Ein Roland für Europa

Ein bekanntes Projekt ist das Nationale Forum zum EU-Beitritt, dessen regelmäßige Treffen das Themenspektrum des Integrationsprozesses in Kroatien abdecken und eine kontinuierliche öffentliche Debatte garantieren. Das Forum bietet Politikern und Medien in verschiedenen Regionen die Möglichkeit zum Austausch über Themen wie Verbraucherschutz, Mobilität der jungen Generation, kleine und mittlere Unternehmen oder Schutz des Urheberrechts. Dennoch ist uns bewusst, dass Kroatien nicht nur wirtschaftliche und politische Fragen des Beitritts kommunizieren muss; eine tragende Rolle spielen kulturelle und ethische Werte einer erweiterten Union. Kultur kann ein Mittel sein, um Stereotypen zu bekämpfen und heikle Themen wie den Verlust eines Teils der nationalen Souveränität abzufedern. Daher ist kulturelle Zusammenarbeit in allen Formen essenziell. Ein gutes Beispiel für die traditionelle Teilhabe Kroatiens am gemeinsamen europäischen Erbe und seiner Einbindung in den aktuellen kulturellen Austausch ist das Projekt „Roland's European Paths“, das vom zivilgesellschaftlichen Europa-Haus Dubrovnik geleitet wird. Aus dem Projekt sind eine Monografie und eine multimediale Präsentation hervorgegangen, die die Traditionen vieler europäischer Städte und Dubrovnik aufgreifen. Außerdem stellte man aus diesem Anlass an prominenten Orten Statuen des ritterlichen karolingischen Hüters von Recht und Gerechtigkeit auf. Autoren aus verschiedenen europäischen Ländern leisteten ihren Beitrag zu dem Buch, das in fünf Sprachen veröffentlicht wurde (kroatisch, deutsch, italienisch, französisch

und englisch). Hier schließt sich der Kreis der Symbolik. Die Roland-Statuen, die man an den verschiedensten und abgelegensten Orten wie Bremen, Dubrovnik und Riga aufstellte, legen Zeugnis von der gemeinsamen Vergangenheit sowie gegenwärtigen europäischen Werten ab. Der kroatische Roland in Dubrovnik steht noch als Einziger außerhalb der Union, ist aber auf dem besten Weg zu seinen ritterlichen Namensvettern in der EU.

Bilder für die Zukunft

Erwähnenswert ist auch das kulturelle Projekt „Europe 2020“, ein paneuropäischer Wettbewerb für die Gestaltung von Plakaten, das die europäischen Visionen von Künstlern verbildlichen soll, und das vom Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten und Europäische Integration sowie dem kroatischen Designer-Verband organisiert wird. Der erste Wettbewerb fand 2002 statt, und der Erfolg ermutigte uns, 2005 einen weiteren unter dem Titel „Europe 2020 – Today for Tomorrow“ auszuschreiben. Beide Male wurden mehr als 200 Arbeiten von Designern aus mehr als 20 europäischen Ländern eingereicht, die ein großes Spektrum an Visionen für die europäische Zukunft eröffneten. Diese Vielfalt an Ideen und Ausdrucksweisen beinhaltet verschiedene kulturelle Bezüge und nationale Traditionen, die sich in jeweils eigenen Formen der „Vielfalt in der Einheit“ widerspiegeln. Die Ergebnisse von „Europe 2020“ wurden in nicht weniger als 17 europäischen Städten von Kopenhagen bis Sofia vorgestellt. Die Ausstellungen geben Denkanstöße, die uns alle und unsere gemeinsame europäische Zukunft betreffen. Sie bestärken auch unseren Glauben, dass wir Euro-

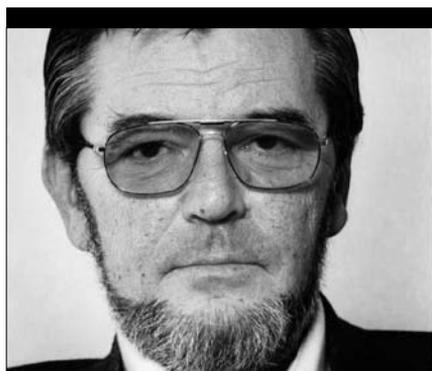
pa und seine Identität mittels Kunst und über sprachliche und nationale Grenzen hinweg erfolgreich diskutieren können.

Diese beiden Projekte sind ein kroatischer Beitrag zur Vermittlung der Seele Europas, für die Kroaten ebenso wie für andere Europäer. Sie zeigen unsere Überzeugung, dass die Zukunft Europas nicht nur im Wohlstand liegt, sondern dass es ebenso um den Erhalt und die Weiterentwicklung gemeinsamer Werte inmitten der Vielfalt geht. Kultur ist zweifellos einer dieser Werte, ebenso wie der Frieden als Voraussetzung für eine blühende Kultur.

An dieser Stelle will ich einen Gedanken von Johan Huizinga aufgreifen, einem niederländischen Historiker, der treffend das späte Mittelalter beschrieb, die „Heimat“ unseres doppelt symbolischen – des künstlerischen und bewahrenden – Roland: „Wir wissen es nur zu gut: Wenn wir unsere Kultur bewahren wollen, müssen wir immer weiter an ihr arbeiten.“

Marija Pejčinović Burić ist Staatssekretärin im Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten und Europäische Integration, Zagreb, Kroatien. Studium der Wirtschaftswissenschaften in Zagreb. 1991 bis 1994 Generalsekretärin im Europahaus, Zagreb, 1995 bis 1997 Direktorin. 2000 bis 2004 stellvertretende Ministerin für Europäische Integration, zuständig für Information, Bildung und Training. Autorin zahlreicher Artikel zum Thema Europäische Integration.

BROT UND SPIELE Erst litten die ungarischen Intellektuellen unter dem Kommunismus und dem Kalten Krieg. Nun fühlen sie sich durch Wertewandel und Kulturverlust im Zuge der Gloablisierung bedroht. Von Europa fordern sie ein stärkeres Eintreten für die künstlerische Freiheit und gegen die Tyrannei des Massengeschmacks. *Von Gyula Kurucz*



Die ehemalige Mittelmacht Ungarn verlor im Zuge des Friedensvertrags von Trianon, der 1921 unter anderem die Amtsenthebung der Habsburger bewirkte, zwei Drittel seiner historischen Fläche und über ein Drittel der Bevölkerung. Alles, was in tausendjähriger Geschichte organisch aufgebaut worden war, lag nun brach, vom Eisenbahn- und Straßennetz bis zu den regionalen Verwaltungseinheiten, dem Komitatensystem. Millionen zerrissene Familien blieben zurück, hilflos stand die Politik der allgemeinen Verbitterung und Verzweiflung gegenüber.

Die Kulturschaffenden des Landes versuchten, trotz der widrigen Umstände wieder etwas aufzubauen. Viele flohen in das geschrumpfte Ungarn, da sie

sich ihr Schaffen nur in dem kulturellen Gefüge und der schützenden Obhut des „Mutterlands“ vorstellen konnten. Der geopolitischen Zwangslage stand also eine starke geistige Motivation gegenüber. Die nomadischen Ungarn haben seit dem 10. und 11. Jahrhundert überaus bewusst und nicht ohne Blutopfer das Christentum und die europäische Kultur angenommen. Sie haben mit viel Engagement romanische, gotische und barocke Kulturphasen ebenso verarbeitet wie die Renaissance und der Aufklärung folgende Strömungen.

Die ungarische Geisteselite strebte seit den 20er Jahren ein wirksames Mittel gegen die Phantomschmerzen an – die Schaffung einer eigenen Kulturblüte. Daraus entsprangen einmalige Spitzenleistungen in Musik und Literatur, bildenden Künsten und Wissenschaft sowie das hohe Niveau des ungarischen Schul- und Hochschulwesens. Diese Ungarn wollten sich mit einer kulturellen Weltklasseleistung aus der politischen und militärischen Notlage befreien. Sie wollten die europäische Tradition mit unverwechselbarem ungarischem Akzent erneuern. Es war eine verzweifelte Bitte um Akzeptanz und Entschuldigung – in dem festen Glauben, dass ein ungarischer Patriot immer ein überzeugter Europäer und Weltbürger zugleich ist, dass alle

Spitzenleistungen aus dem europäischen Kulturgut und der ungarischen Tradition zugleich entspringen – und dass Eigenheiten und Gemeinsamkeiten nur Hand in Hand gehen können.

Das Christentum war bis zur Aufklärung der kreative Rahmen der geistigen Schöpfung auf unserem Kontinent. Maß- und modellgebend ließ es zugleich immer Raum für Einzigartigkeit. Jene, die den traditionsbildenden Begriff des Christentums aus der Europäischen Verfassung und aus dem gemeinsamen europäischen Kulturschatz gestrichen haben, haben zur Kastration unserer Kultur beigetragen.

Kultur trotz Kommunismus und Kaltem Krieg

Der Nazismus schwappte auch nach Ungarn, obgleich das Land lange Widerstand leistete. Die schillerndsten Figuren flohen in den Westen oder nach Amerika, wo sie maßgeblich an der Entstehung der Atombombe und der von Hollywood und amerikanischer Orchesterkultur mitwirkten. Die ersten Zerstörungswellen im 20. Jahrhundert waren der Nationalsozialismus mit dem Holocaust und der Kommunismus mit seinem Macht- und Missionsbewusstsein. Aber auch der Kalte Krieg mit seiner geteilten Weltordnung war lebensgefährlich für die Kultur.

Vor dem Zweiten Weltkrieg waren die Grenzen durchlässig, alle europäischen Kulturströmungen in Paris, Rom, Berlin oder München zogen die besten Künstler Europas an sich. Diese Leistungen bereicherten die europäische und die Weltkultur. Im Kalten Krieg war man gezwungen, in Gegenpositionen zu denken, die Werturteile hingen von einer krankhaft überbewerteten Politik ab.

Alle geistigen Leistungen wurden nach ideologischer Zugehörigkeit und Nützlichkeit gewertet. Die Sprachrohre der politischen Macht waren stärker als die Schätze der Kultur und Kunst.

Trotzdem brachte die schonungslose kommunistische Diktatur in der östlichen Hälfte Europas etwas Schönes hervor. Es wurde bewiesen, dass der Terror die Tradition der Werte nicht ausmerzen kann, besonders nicht bei den kultivierten Schichten und den Kulturschaffenden. Der Gegner – die kommunistische Diktatur – schien derart fremd, uneuropäisch und minderwertig, dass sie die anspruchsvollen Menschen zum Widerstand „zwang“. Dichter, Musiker und bildende Künstler wollten und konnten nicht „sozialistisch-realistisch“ schaffen. Sie wurden diskriminiert und in den Untergrund getrieben. Die „Produkte“ der Mitläufer waren aber so schwach und falsch, dass sie sogar Laien abstießen. Die Unterdrückung und die überzeugende Qualität der „guten Kunst“ führten in vielen Ländern zu Aufständen. Die blutige Revolution von 1956 in Ungarn erzwang von den Machhabern eine gewisse Lockerung. Der Aufstand 1968 in Prag führte zu einer brutalen Reaktion, setzte aber erneut ein Beispiel. Die polnische Widerstandsbewegung wurde vorrangig nicht von den Intellektuellen, sondern der katholische Kirche hervorgerufen. Sie stärkte die tschechische Untergrundbewegung ebenso wie die immer legaler werdende ungarische Kulturopposition.

Dies war die frohe Erkenntnis: Nie-

Jene, die den traditionsbildenden Begriff des Christentums aus der Europäischen Verfassung und aus dem gemeinsamen europäischen Kulturschatz gestrichen haben, haben zur Kastration unserer Kultur beigetragen.

mand kann die traditionellen Wertvorstellungen der Menschen ersticken. Die Diktatur und das lächerliche „Kulturangebot“ der roten Ideologie stand den hochwertigen Werken der Oppositionellen und den zensierten Spitzenleistungen der westlichen Kultur gegenüber. In der „Unfreiheit“ war nur der „Konsum“ der edlen Werke von Schriftstellern, Musikern und Künstlern möglich. Es wurde unheimlich viel Kunst „verbraucht“, dazu kam die heldenhafte Aura der dem System trotzensen Künstler. Sie wurden Volkshelden und trugen – besonders in Ungarn und in Polen – maßgebend zum Sturz des Kommunismus bei.

Demokratie und Globalisierung

Dann fand die große, oft idealisierte Wende statt. Doch aus dem Westen kam nicht der jahrzehntelang entbehrt geistige Ansturm, sondern der Kampf um materielle Güter. Und zunächst nicht Europa, sondern Amerikas dritte Klasse. Die Diskussion über Werte lag bald nicht mehr in den Händen einer neugierigen freien Presse, sondern war an verschiedene Interessen gebunden. Die Wertschöpfungen wurden auf wenige Orte konzentriert, und Ostmitteleuropa war in seinen Werturteilen bald so ratlos und falsch orientiert wie der Westen.

Die zweite Gefahrenquelle ist die Globalisierung. Die anfangs amerikanische, aber unidentifizierbar „internationale“ Macht der Multis hat ein prinzipielles Interesse an dem globalen Kulturverlust der Weltbevölkerung. Menschen mit eigenem Geschmack und Werturteilen sind schwer zu manipulieren, sie haben feste Vorstellungen, was ihnen gefällt und was sie kaufen möchten. Sie durchschauen die

Verlockungen der Massenkultur, sie begnügen sich nicht mit oberflächlichen Modewellen und Glücksverheißungen. Der globalisierte Markt- und Konsumzwang widerspricht einem traditionellen kulturellen Wertebewusstsein, er schwächt – zwangsläufig und im eigenen Interesse – die individuelle Überzeugung und vermittelt naturgemäß keine tiefere Kultur. Die globalisierte Welt braucht geldorientierte, in ihrem Kulturgeschmack schwache Massen, die jeder Konsumkampagne hilflos ausgeliefert sind. Sie duldet keinen Widerstand der gebildeten Individuen, ob Kulturschaffende oder anspruchsvolle Kulturgenießer.

Das Kapital der Globalisierung stützt die Kultur aber auch in zwei Weisen. Zum einen mittels Sponsoring der „modernsten“ kommerziellen Kunsttrends im Sinne einer „Wegwerfzivilisation“ und im Dienste des beschleunigten Konsums. Zum anderen mittels der Unterstützung der klassischen Kultur aus der Einsicht heraus, dass die internationale Elite diese dauerhaft wertschätzen wird.

Die Globalisierung produziert so ein neues Modell der Zweiklassengesellschaft, eine neue Variante des Römischen Reichs, indem mit „panem et circenses“ die Massen stillgehalten, aber gleichzeitig irrsinnige Gewinne abgeworfen werden. Dazu kommt die Ideologie des (Massen-) Individualismus, der „Selbstverwirklichung“ durch Parfümsorten etc. Alles wird flüchtig und relativ. Dieses Rad der Sinnlosigkeit dreht sich rasend schnell, jeder neue Trend wird konsumiert und schnell wieder vergessen. Und nebenbei wird unsere Umwelt durch sinnlose Abschöpfung abgetötet: Weil etwa das Auto „das“ Konsumobjekt der Welt ist und jeder fünfte Arbeitnehmer in dieser

Industrie angestellt ist, kann selbst die intelligenteste Regierung der Welt dem nicht viel entgegensetzen, will sie nicht enorme Arbeitslosigkeit in Kauf nehmen. Wir haben in den letzten Jahrzehnten einen erschreckenden Rückzug der Kultur in die Elite erlebt. Gleichzeitig verliert die Kultur ihre breiteren Massen.

Wertebewusstsein tut not

Ich nahm einmal an einem Kulturkongress der Europäischen Union teil. Mit Entrüstung hörte ich, dass die westlichen Vertreter meinten, Solidarität und soziale Marktwirtschaft seien das eigentliche europäische Gemeingut. Wie kann man die doppelte Antike, die Romanik, Gotik, Renaissance, das Barockzeitalter, die Aufklärung, die weltbestimmenden Werte der Kunst im 19. und im 20. Jahrhundert als das spezifisch Europäische vergessen?

Keiner starken Weltkultur würde einfallen, sich so schnell aufzugeben. Ein Europa ist ohne gemeinsame Kulturtradition und bescheidenes Wertebewusstsein undenkbar. Während wir uns auf dem Reichtum des Kulturerbes ausruhen, geben wir unsere Schätze auf unerklärliche Weise leicht auf. Was der Bürger in Europa sieht, ist der erbitterte Kampf um Wirtschaftsmacht, Finanzen und Güter. Was Monnet sagte (oder nicht sagte), gilt heute mehr als je zuvor: Die Erschaffung Europas muss bei der Kultur anfangen. Der Bologna-Prozess in der Bildung aber ist eine Kapitulation vor dem globalen Diktat. Mit dem umfassenden Wechsel zur Bachelor-Bildung verzichten wir auf die profunden Kenntnisse eines Fachgebiets, auf die Vermittlung des dazugehörigen „Weltbilds“, wir entlassen

Abertausende (kulturell) halb gebildete „Spezialisten“.

Europa sollte zu einem gemeinsamen Verständnis gelangen, was wir zur Erhaltung und Pflege unserer kulturellen Identität brauchen: Die Erarbeitung einer wertorientierten Synthese des spezifisch europäischen Kulturguts. Ohne detailschwer zu sein, muss sie das ganze kulturelle Gut verständlich und attraktiv darstellen. Sie soll die Identitätsbildung und das Zusammengehörigkeitsgefühl stärken. Zudem bräuchten wir ein europäisches Geschichtsbuch und einen Kulturführer als Pflichtlektüre in allen europäischen Schulen.

Ohne ein stärkeres Wertebewusstsein der europäischen Staaten gegenüber ihren traditionellen Kultur- und Kunstwerten wird es keine Zukunft geben. Eine Erneuerung der Kultur ist nur durch das Bewusstsein der eigenen kulturellen Vergangenheit denkbar. Inmitten des orientierungslosen Pragmatismus sollte man ein Wert- und Wissensminimum bestimmen, um dauerhafte Werte von flüchtigen Modeströmungen trennen zu können. Das Tor zu einer tiefsinnigen, lebenslustigen und kultivierten Freiheit.

Gyula Kurucz studierte Germanistik und Literatur in Debrecen. Ab 1968 arbeitete er in Budapest als Redakteur, Dramaturg und Lehrer. 1980-89 war er Chefredakteur des Hungarian Book Review. Er gehörte zu den Mitbegründern der ersten oppositionellen Partei UDF (1987) und wurde 1990 einer der ersten nicht kommunistischen Diplomaten in Berlin. Bis 1995 war er Direktor des Ungarischen Kulturzentrums (Haus Ungarn) in Berlin. 2001 bis 2006 leitete er das Ungarische Kulturinstitut in Stuttgart. Er ist Herausgeber und Verfasser diverser Publikationen zu Politik, Kultur- und Zeitgeschichte.

Wir müssen Leib und
Seele immer
zusammenhalten.
Es hat keinen Sinn,
sonntags über Kultur zu
reden und montags bis
freitags über Wirtschaft,
Politik und Militär.
Ideen sind wichtig.
Sie brauchen Träger.
Und als Träger
brauchen sie das
Europa der Bürger.

Georg Boomgarden, Staatssekretär des Auswärtigen Amtes





KULTUR IN EUROPA –

EUROPA IN DER KULTUR

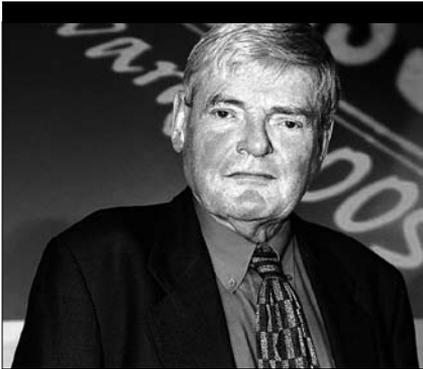




DER SPRACHLOSE KONTINENT

Die Zeitungen haben noch kein Mittel gefunden, um der europäischen Sprachenvielfalt Herr zu werden. Stattdessen bekämpfen Politiker und Journalisten sich gegenseitig.

Von Peter Preston



Ich beginne mit einer persönlichen Anekdote, die mein europäisches Denken geprägt hat. Vor 30 Jahren bekam ich als neuer junger Redakteur einer britischen Zeitung meine erste Einladung als Referent bei einem internationalen Presseseminar. Das schöne und anspruchsvolle Motto der Konferenz drehte sich um Freiheit, Demokratie und das gedruckte Wort, und es lockte alteingesessene Journalisten aus ganz Europa nach Rom, wo unsere italienischen Gastgeber zuerst abstrakte Grundsatzreden hielten, um dann italienische Politiker ans Rednerpult zu bitten, die ihre schöne Sprache in blumiger Prosa zur Schau stellten. Nach dem Tee am ersten Tag bemerkte ich, dass sich offenbar eine Sitzordnung herauskristallisiert hatte. Die

Italiener, Spanier und mancher Franzose und Griechen saßen nun in den vorderen Reihen. Ich hatte mich weiter hinten eingereiht, zwischen Schweden, Dänen und Holländern. Wir grummelten und ärgerten uns angesichts der leeren und inhaltslosen Rhetorik. Europa hatte sich auf natürliche Weise aufgeteilt, in Prediger und Pragmatiker. Unser Journalismus hatte keinen bestimmten Stil oder eine gemeinsame Geschichte. Wir Journalisten hatten kaum Mittel, um uns untereinander zu verständigen, geschweige denn mit den Lesern jenseits unserer nationalen Grenzen.

Beseeltes Europa?

Haben sich die Dinge seither verändert? Ein wenig, vielleicht. Nach der Befreiung von Francos Diktatur haben die Spanier einige bemerkenswerte Zeitungen von großem Renommee hervorgebracht.

Der Luftverkehr hat in beachtlichem Maße zugenommen, in London ersteht man am Kiosk schon früh am Morgen die druckfrische Zeitung aus Ljubljana. Einige Fernsehsender wie Euronews haben sich ihren Platz in der internationalen Nachrichtenwelt geschaffen. Deutsche, italienische, spanische und französische Nachrichtenagenturen ha-

ben an Einfluss gewonnen (während die Bedeutung amerikanischer Agenturen schrumpft) und Reuters ist nach wie vor die führende Agentur weltweit. Doch ist nicht alles Gold, was glänzt. Im Herzen Europas klafft ein düsteres und bedrohliches Informationsloch. Ein Geflecht aus Ländern und Sprachen ist zu einem großen – und in der Tat faszinierenden – wirtschaftlichen und politischen Netz geknüpft, innerhalb einer Union, die immer wieder die Welt verblüfft. Abgesehen von farblosen Zusammenkünften in Brüssel hat die Union offenbar keine Mittel, um ihre Hauptpersonen in den Einigungsprozess mit einzubinden oder Millionen von Bürgern eingehend zu informieren. Obwohl von ihnen ihre eigene Zukunft abhängt. Das ist keine aufstrebende Vereinigung, das sind keine Vereinigten Staaten von Europa, die mit den USA um das „United“ wetteifern. Es ist eine Ansammlung einander freundlich gesinnter Staaten ohne jedes Interesse an einer tiefer gehenden Verständigung.

Nur hin und wieder macht sich im Ansatz etwas bemerkbar, das man als „europäische öffentliche Meinung“ bezeichnen könnte. Aber ohne diese Form von

Das ist keine aufstrebende Vereinigung, das sind keine Vereinigten Staaten von Europa, die mit den USA um das „United“ wetteifern. Es ist eine Ansammlung einander freundlich gesinnter Staaten ohne jedes Interesse an einer tiefer gehenden Verständigung.

Öffentlichkeit verkümmern die wichtigsten Instrumente der Union. Ohne sie rückt Europa nicht zusammen und erstarrt im Status quo. Ohne sie gibt es keine Annäherung, ohne sie erstickt das Projekt einer gemeinsamen Union. Wer wird die Debatte um eine europäische Verfassung wiederbeleben? Es gibt niemanden, der sich auf dem Kontinent Gehör verschaffen kann, da keine Stimme solche Distanzen überwindet.

Regionalpatriotische Presse

Um Fehler ausfindig machen zu können, muss man zunächst die Differenzen erkennen. Die Beschäftigten bei den Zeitungen selbst, abgesehen von Beamten aus Brüssel abgesehen, haben Mühe, diese Notwendigkeit zu erkennen. Eine Zeitung ist eine Zeitung und nichts anderes. Nein, keinesfalls. Man darf sie nicht losgelöst von ihrem Kontext betrachten. Die Zeitungslandschaft der meisten großen europäischen Staaten zeichnet sich weniger durch eine nationale als durch eine regional geprägte Presse aus. Deutschland brüstet sich mit großen Namen in Frankfurt, Hamburg, Berlin und München. Aber eigentlich sind es Blätter, die vorrangig Interessen ihrer jeweiligen Region bedienen und sich so ihre Nischen sichern. Dasselbe Bild zeichnet sich in Italien ab. In Rom, Turin und Mailand werden die größten Zeitungen publiziert. Sobald der TGV ein paar hundert Kilometer von Paris entfernt an Geschwindigkeit verliert, gewinnen die großen regionalen Zeitungen die Oberhand: Midi Libre, Sud-Ouest und alle anderen, Le Monde schafft es nicht über Lyon hinaus. Diese Strukturen haben mit der Zeit einen Mangel an

Konkurrenz und demzufolge direkter Konfrontation bewirkt. Auch wenn die einflussreichen Blätter in Deutschland oder Italien unterschiedliche Perspektiven verfechten, beziehen sie sich in erster Linie auf ihre Heimatregion. In diesem Sinne gleichen sie den großen Stadtzeitungen in Los Angeles, Atlanta und Chicago. Sie sind der lokalen Sache treu und spiegeln den Kanon der entsprechenden Interessen.

Nicht ohne Konsequenzen. Beispielsweise der Glaube, man müsse nur die mächtigsten Entscheidungsträger der Umgebung erreichen, um dann Tausende anderer Leser mit weniger Macht und Einfluss in eine Nebenrolle zu drängen. Im Gegenzug ist die Verbreitung relativ eingeschränkt und die große Masse greift nur selten zur Zeitungslektüre. Die Leserschaft von Zeitungen ist im internationalen Maßstab nicht ausgeprägt, ebenso wenig wie das politische Bewusstsein. Demografische, geografische und gesellschaftliche Faktoren haben ihre Rolle und ihr Image geprägt.

Blickt man in Länder mit anderen Arbeitsstrukturen, stellt sich die Situation anders dar. Manche sind so klein, dass die „lokale“ Presse auch internationale Schlagkraft hat: In Kopenhagen oder Amsterdam kristallisiert sich die Selbstdefinition durch redaktionelle Politik und Debatten heraus und beruht nicht, wie aktuell vielerorts zu beobachten, auf einem Konsens. Nahezu 30 Millionen Europäer lesen im Alltag eine Zeitung und definieren sich selbst – vom Glauben über Status, Job, Geschlecht und Ehrgeiz – über „ihre“ Zeitung. Die Industrie ist vollkommen anders strukturiert, ebenso wie die publizierten Zeitungen: in Bezug auf das Design und auf die jeweiligen

Interessen, die ihnen ihr Überleben sichern. Daneben klaffen die Differenzen in der Sprache und einer Presse, deren Zugang den meisten Europäern verwehrt bleibt. Für die Mehrheit der Europäer ist sie im wörtlichen Sinne unlesbar. Filme und Fernsehserien werden synchronisiert. Zeitschriften machen aus *Hola!* ein *Hello!* und Exportschlager trumpfen mit internationalen Filmstars, Matadoren, Royals und Playboys. Zeitungen hingegen haben noch kein passendes Rezept gefunden. Sie sind abhängig von der Sprache, von den jeweiligen Rezipienten und vom Gemeinwesen. Wenn etwa deutsche Zeitungen versucht haben, ihre Formate und ihr Personal in anderen EU-Ländern salonfähig zu machen, haben sie oft einen herben Rückschlag erlitten.

Man denke nur daran, wie langsam die spanische Zeitung „*El Sol*“ in Madrid Fuß fasste. Rupert Murdoch mag vier der einflussreichsten Zeitungen in Großbritannien besitzen, aber er überlässt die Gestaltungs- und Personalfragen seinen Managern vor Ort in den Docklands von London. Er kann Filme und Fernsehsendungen rund um den Globus verkaufen. Er kann sich gigantische Internetfirmen wie MySpace einverleiben. Aber was die Zeitungen betrifft, tastet er ihre Eigenarten nicht an. Noch mehr Unterschiede gefällig? Geschichte, Geografie, Publikum, Sprache, Personal und Stil haben wir abgehakt und dabei nur wenig Gemeinsamkeiten gefunden. Dazu kommt oft eine ernüchternde Haushaltslage. Manche Länder sind groß, mit entsprechend reichweitenstarken und reichen Zeitungsverlagen. Sie leisten sich Korrespondenten in Paris, Berlin, Madrid und London ebenso wie in Washington

und Moskau. Sie öffnen die Türen zur Welt. Aber wie steht es um die Verleger in kleineren Staaten, sei es im Baltikum oder in einem Splitterstaat des ehemaligen Jugoslawiens?

Dort ist die Bevölkerung, die einen unterstützt, kleiner und weniger gut beachtet: Dann werden die Mittel für einen Europakorrespondenten in Brüssel zur Quadratur des Kreises. Also sind Nachrichten aus den restlichen 24 EU-Ländern – oder der Gruppe der EU-Aspiranten – jeweils dünn gesät und beschränken sich auf die bezahlbaren Nachrichtenagenturen in wenigen Sprachen. So werden oft sogar grundsätzliche Fragen nicht grenzüberschreitend diskutiert. Die USA werden fast rund um die Uhr von nationalem Fernsehen, nationalem Kabelnetz und nationalen Bloggern zusammengehalten. Nach diesen Ressourcen sucht man in Europa vergebens.

Feblende Kommunikationskanäle

Was weiß Bratislava von Helsinki und Athen von Riga? Es sind nicht nur Politiker, die sich nicht um die Kommunikation scheren: Die grundlegende und tägliche Berichterstattung fehlt vollkommen. Es sind keine Reporter vor Ort. Es gibt keine bequeme Lösung. Wir tasten

Die USA werden fast rund um die Uhr von nationalem Fernsehen, nationalem Kabelnetz und nationalen Bloggern zusammengehalten. Nach diesen Ressourcen sucht man in Europa vergebens.

uns durchs Dunkel, dazu verdammt, mit der Brüsseler Brille nur einen flüchtigen Blick auf die Wirklichkeit zu erhaschen. Es gibt keine direkten Kommunikationskanäle. Wir verfügen nicht über vergleichbare Basisinformationen und können so nicht mitreden, wenn es um die Definition von Demokratie geht. Fast zwei Jahrzehnte ist es her, seit Helmut Schmidt die Idee hatte, europäische Redakteure an einen See in Hamburg einzuladen und das Problem zu erörtern. Er wollte ein Magazin ins Leben rufen, das in viele Sprachen übersetzt europäische Themen in jedem europäischen Land behandelt. Damit wollte er eine Plattform schaffen, auf der Europa über sich selbst spricht. Aber wer sollte die Federführung für solch ein Projekt übernehmen? Und wer sollte es finanzieren? Das Publikum pflichtete der Vision des ehemaligen deutschen Kanzlers wohlweislich bei und ließ es in Forschungsstudien versanden, über die nie berichtet wurde. Kurz, es war kein Wille zum Fortschritt vorhanden. Aber ich war immer noch der Meinung, dass etwas unternommen werden musste, und mit größter Anstrengung riefen wir „Guardian Europe“ ins Leben, eine umfangreiche wöchentliche Beilage aus Meinungsartikeln von Schwesterverlagen auf dem ganzen Kontinent, die diese wiederum aufgreifen und für sich selbst nutzen konnten. Das Heft war praktisch, interessant und kam bei der Leserschaft gut an. Und es war exorbitant teuer. Die Werbeagenturen waren auf nationale Märkte eingestellt und nicht auf die Entwicklung grenzüberschreitender Konzepte (und sind es zu einem großen Teil immer noch nicht). Die Übersetzungskosten überstiegen das Budget. Großbritannien schlitterte in

eine Rezession und setzte Hoffnungen in Projekte, die zum Scheitern verurteilt waren. Das war das Ende von „Guardian Europe“. Es lebte unter einem anderen Namen in den spätern 90er Jahren als Teil einer täglichen weltweiten Pressechau wieder auf, aber auch diese Version überlebte keine weitere Kürzungsrunde.

Derweil kristallisierte sich der Kern des Dilemmas klar heraus. Wie kann ein Teil Europas sich in die Debatten eines anderen Teils einmischen oder auch nur seine Belange wahrnehmen? Wie soll eine Annäherung funktionieren, wenn wir von den Ereignissen jenseits unserer Grenzen keine Ahnung haben? Natürlich übertreibe ich. Euronews Cable ist immer noch auf Sendung. Die Herald Tribune und die Financial Times gehören zur morgendlichen Lektüre einer ausgewählten Leserschaft in allen wichtigen Hauptstädten. Zahlreiche wissenschaftliche Publikationen greifen Kernideen auf und bauen sie aus. Das Internet hat schon jetzt ein unerschöpfliches Potenzial für einen gegenseitigen Nährboden.

Aber bislang sind diese Beispiele weitgehend bedeutungslos. Keines der Medien hat es vermocht, der europaweiten öffentlichen Meinung Raum zu geben, und ohne sie kann es keine europaweite Demokratie geben.

Wir täuschen uns, wenn wir meinen, solch eine öffentliche Meinung sei auf Knopfdruck machbar. In den Pressestuben von Brüssel sitzt ein Teil des Problems. Die meisten Reporter hier arbeiten für die regionale Presse, für die Seismografen opportunistischer Meinungen, die ich weiter oben beschrieben habe. Was ist ihre Mission? Sie in-

teressieren sich für das Preisniveau der Agrarprodukte in der Region, für den Bau neuer Brücken und Straßen, für Lebenshaltungskosten und lokale Tarifvereinbarungen. All das ist unverständlich genug. Es ist das, was die Leser aus ihren Zeitungen erfahren möchten. Es macht die Nachrichtenversorgung seitens der Kommission zu einer bilateralen Angelegenheit, zu einer engen und engstirnigen Beziehung zwischen dem Brüsseler Beamtenapparat und zupackenden Publizisten, die das reibungslose Funktionieren der EU ermöglichen, ohne es zu hinterfragen. Aber dieses System verbreitet keine Informationen. Es unterstellt, dass Europa ein Gemischtwarenladen aus speziellen Deals, Bedürfnissen und Interessen ist.

Keine dieser Routinen funktioniert in anderen Ländern mit anderen Arten medialer Berichterstattung. Großbritannien fungiert gleichzeitig als gutes und schlechtes Beispiel. Beinahe unbemerkt hat sich der Zwitter eines Bundesstaats herausgebildet: Schottland, Wales und Nordirland haben eigene Parlamente und eigene direkte Sprach-

Betrachtet man die Referenden in den Niederlanden und in Frankreich und malt sich aus, was passiert wäre, wenn Abstimmungen je relevant wären, zeichnet sich ein Phänomen ab, das über einen vorübergehenden Rückschlag hinausgeht: anhaltender Stillstand und Verwirrung.

rohre nach Brüssel. Und sie haben kein Problem mit Finanzspritzen aus Brüssel. Wenn Europa den Bau einer Brücke in Schottland unterstützt, weist ein Schild am Straßenrand auf den Geldgeber hin. In England passiert das nicht sehr oft. Hier ist Europa eine Art dreckiges Geheimnis. Hier sind es die Schwächen der Union und ihr Stillstand, an denen sich die Kolumnisten laben. Hier interessiert sich die kämpferische Presse nicht für die kleinen Schritte in Brüssel und konzentriert sich auf Szenarien, in denen die nationale Souveränität bedroht wird. Kein Wohlwollen in Sicht, der Anreiz ist anders gepolt und spiegelt und bedingt zugleich die nationale Debatte. Fragt man einen britischen Verleger nach den Gründen, wird er wohl von Wettbewerb sprechen und von der Notwendigkeit seines Blattes, etwas Eigenes hervorzubringen, das ihn von der Konkurrenz abhebt. Wieder einmal sind die Strukturen schuld und die Abneigung zum Konsens. Darf man dennoch auf bessere Zeiten hoffen? Einsicht ist jedenfalls der erste Weg zur Besserung. Und einige Beispiele aktueller Berichterstattung, so düster sie auch sein mag, lassen den Beginn einer Entwicklung erahnen.

Zukunft europäischer Kommunikation

Man betrachte nur die Einwandererströme nach Westeuropa aus den östlichen EU-Ländern und darüber hinaus. Man betrachte im Besonderen die Frage der türkischen EU-Mitgliedschaft. Dann ist die grenzüberschreitende Rede bei uns – europaweit – von Kultur, Religion, Ängsten, Hoffnungen und Versöhnung.

Die öffentliche Meinung zählt. Man betrachte den Irak, Iran, Libanon und Afghanistan, wo zahlreiche Truppen aus Europa sich auf verschiedenen Gebieten einsetzen. Auch hier zählt die europäische Meinung. Etwas boshaft ausgedrückt könnte man George W. Bush als Wegbereiter einer neuen europäischen Gemeinschaft betrachten. Und dann ist da natürlich, ganz zentral, die Verfassungsfrage.

Betrachtet man die Referenden in den Niederlanden und in Frankreich und malt sich aus, was passiert wäre, wenn Abstimmungen jemals relevant wären, zeichnet sich ein Phänomen ab, das über einen vorübergehenden Rückschlag hinausgeht: anhaltender Stillstand und Verwirrung.

Natürlich hält Europa seinen Dauerlauf noch eine Weile durch, heißt Sofia und Bukarest willkommen, setzt Zagreb und Ankara auf die Warteliste. Aber auf diese Weise verliert Europa seine Bedeutung. Es wird träge, hält als Sündenbock für alle Missstände her und macht nur selten positive Schlagzeilen. Es hat gleichzeitig an Schwungkraft und Unvermeidbarkeit verloren. Das war schon den Gründervätern der Union ein Dorn im Auge. Es gibt keine Alternative zur schrittweisen Annäherung. Die Erkenntnis kommt (zu) spät: Jetzt erleben wir das Ausmaß einer fehlenden öffentlichen Meinung. Die nahe liegende Beschuldigung an die EU nach der Abstimmungsniederlage lautete, sie habe den Draht zu ihren Bürgern verloren – und in der Tat deutet alles darauf hin. Man kann sich sehr wohl fragen, wie der schwerfällige Brüsseler Bürokratieapparat die Bürger erreichen soll.

Was tun? Die Gefahr liegt wie immer darin, einfache Antworten auf komplexe Fragen zu suchen. Aber es gibt aussichtsreiche Maßnahmen. Zunächst müsste sich die Kommission (und das Parlament in Straßburg) dem Journalismus, insbesondere dem Fernsehjournalismus, öffnen. Im Moment stößt sie die Zuschauer ab und entzieht einer nachfolgenden Berichterstattung in den Zeitungen den Boden. Des Weiteren wären Übersetzerdienste notwendig, die nicht Stunden und Tage damit zubringen, Finnisch ins Slowakische zu übersetzen, sondern die Bürger mit der täglichen Übersetzung der wichtigsten und kontroversesten Meinungsartikel der europäischen Presse auf dem Laufenden halten. Wenn diese jeden Morgen im Internet publiziert würden, inklusive Raum für Blogger, wäre die erste Hürde überwunden.

Zudem ist es unabdingbar, ein Selbstbewusstsein an den Tag zu legen, das den ärgsten Feind, die Apathie, bekämpft. In den USA sitzen ebenso viele Korrespondenten der gewichtigsten britischen Zeitungen wie in der ganzen EU. Hier darf mit Recht nach dem Sinn gefragt werden. Wie würden Leserumfragen dazu ausfallen? Hier stellt sich eine schwerwiegende Frage. Warum ist die Berichterstattung über eine fremde Gesellschaft so tief greifend, während unsere eigene Gesellschaft weitgehend unbeachtet bleibt? Warum vernachlässigen Magazine von politischer Bedeutung in Ländern wie Großbritannien die europäische Dimension beinahe willfährig? Warum wird die Union auf das Abstellgleis geschoben? Warum sollte man darauf warten, dass die Praxis bestätigt, was Forschungsergebnisse schon lange ankündigen: eine europäische Übernah-

me des amerikanischen Films, des amerikanischen Fernsehens, amerikanischer Thesen, die so auf keinem anderen Kontinent außer Australien und Südostasien vorkommt? Die größte Gefahr liegt jedoch in gegenseitigen Schuldzuweisungen. Brüssel schant Journalisten die Schuld an Fehlritten und Auslassungen zu. Die Journalisten geben Brüssel die Schuld. Und die Politiker prangern an, wer oder was gerade nahe liegt.

Ein Umdenken wäre möglich, wenn man nur anerkennen wollte, was den Weg versperrt. Es wäre möglich, wenn Europas Politiker ein aufrichtiges Interesse an der Herausbildung einer europäischen öffentlichen Meinung an den Tag legen würden. Und es wäre möglich, wenn sich Zeitungsjournalisten und Fernsehreporter zu einer besseren Zusammenarbeit genötigt sähen, weil ihr Publikum sie erwartet. Wir bewegen uns also in einem Teufelskreis von Verantwortlichkeiten, der sich langsam dreht und vielleicht zum Stillstand kommt. Aber wenn wir das Dilemma dahinter erkennen, erkennen wir vielleicht auch Wege, aus diesem Kreis auszubrechen. Nur wenn wir die Sache aktiv angehen, kommen wir voran.

Aus dem Englischen von Jenni Roth

Peter Preston war von 1975 bis 1995 Herausgeber von „The Guardian“ in London, bevor er Chefredakteur des „Guardian“ und des „Observer“ wurde. Zur Zeit arbeitet er als Kolumnist für beide Publikationen und leitet die Stiftung des „Guardian“, die Journalisten aus Osteuropa, Afrika und dem Nahen Osten ausbildet.

EUROPA AUF DEM BILDSCHIRM Eine europäische Identität gibt es nach Meinung der Autorin nicht, ein europäisches Mediensystem oder eine fundierte europäische Öffentlichkeit sei auch nicht in Sicht. Noch seien die nationalen Grenzen meist auch die Grenzen der Medienmacht. Die wirkliche europäische Öffentlichkeit existiere nur im politischen Dunstkreis von Brüssel: Bei Politikern, EU-Beamten, Lobbyisten und Korrespondenten. *Von Deirdre Kevin*



Im Zuge der Diskussionen um die Zukunft Europas hat sich die Erwartung an die Medien herauskristallisiert, den Integrationsprozess positiv zu beeinflussen. Nachvollziehbar ist, dass die Medien die Öffentlichkeit über europäische Themen informieren sollen, ein Diskussionsforum zu europäischen Themen bieten und ihre Aufgabe journalistischer ethischer Standards gemäß erfüllen. Andere wiederum erwarten, dass die Medien den europäischen Integrationsprozess aktiv begleiten und fördern sollen. Das eine schließt das andere nicht zwangsläufig aus: Indem die Bürger über Europa informiert werden, fördern die Medien automatisch die Herausbildung eines europäischen Bürgertums, ob mit oder ohne Folgen für die Politik. Wirkliche Unter-

stützung für das Projekt kann nur erzielt werden, wenn die europäischen Institutionen oder nationalen Regierungen die Medien nutzen. Aber worum genau geht es, welche medialen Botschaften erhalten die Bürger von der EU und ihren nationalen Regierungen? Der Politik- und Wirtschaftsexperte Tom Garvey (2005) unterscheidet bei der Unterstützung der EU zwischen den „Herzen“ (Werten) und dem „Verstand“ (Wirtschaft). Hier stellt sich die Frage, wo die Kommunikation ihre Schwerpunkte setzt.

Europäisches Mediengeflecht

Im Zuge der Erweiterung der Union zu einer „breiteren und tieferen“ Gemeinschaft haben sich die Diskussionen und Initiativen mehr und mehr auf drei Problemfelder konzentriert: das demokratische und das Kommunikationsdefizit der EU sowie die Rolle der Medien bei der Vermittlung von Europa. In Bezug auf Demokratie und Regierungen auf EU-Ebene spielt auch die Kommunikation zwischen der EU und ihren Bürgern sowie den europäischen Medien, der europäischen Journalismus und die Berichterstattung über europäische Angelegenheiten sowie die Kommunikation innerhalb der europäischen Politikfelder eine Rolle.

Die Medien, besonders Filme, eignen

sich bestens zur Vermittlung politischer und kultureller Informationen über andere europäische Länder und Kulturen. Ausschlaggebend ist auch die Gestalt der europäischen Kommunikationssysteme: die politische Ökonomie der Medien, die Art und Weise, wie verschiedene Rezipienten diese Medien nutzen, sowie der politische und demokratische Kulturrahmen. Die Erläuterung der genannten Punkte wird hoffentlich konkreter zeigen, wie sehr die Rollen der Medien im europäischen Integrationsprozess auseinanderklaffen können.

Hierarchische oder gleichwertige Kommunikation?

Dem sogenannten demokratischen Defizit der aktuellen europäischen Politik wurde vor allem durch den Verfassungsprozess Tribut gezollt. Bis zur Einheitlichen Europäischen Akte 1986 (der die Zusammenarbeit einläutete) und dem Maastricht-Vertrag von 1992 (der mit dem Mitentscheidungsverfahren das EP mit dem Rat auf eine Stufe stellte) hatte das Europäische Parlament eine rein beratende Funktion, und bis 1979 wurde das Parlament nicht einmal direkt gewählt.

Zur selben Zeit hat sich seit der Entwicklung des Eurobarometers in den 70er Jahren ein starkes Interesse am öffentlichen europäischen Bewusstsein, am Verständnis über Europa und die Einstellungen gegenüber dem Kontinent sowie dem Integrationsprojekt herausgebildet. Das Eurobarometer unterstreicht weiter das Gewicht der Massenmedien, insbesondere des Fernsehens als Informationsquelle über die EU. Trotz des sprunghaften Anstiegs der Internetnutzung ist das Fernsehen, gefolgt von der Presse, immer noch

das meistgenutzte Medium. Die Bürger haben seit 1979 durch die Wahlen zum Europäischen Parlament größere Mitsprachemöglichkeiten. Die Kernbotschaft steckt im Grad des Interesses und der Teilhabe: Wahlergebnisse werden als Indikatoren für das gesamte Projekt gewertet, während Wahlkampagnen und Wahlergebnisse offenbar wenig über die öffentliche Unterstützung der EU-Politik vertragen. Niedrige Wahlbeteiligungen auch bei anderen Referenden und die häufige Ablehnung der Integration schüren zeitweise die Angst, dass es keinen Konsens über Europa gibt, dass die Bürger außen vor bleiben und dass daher mehr Informationen über weitere Kommunikationswege verbreitet werden müssten.

Die EU-Institutionen haben versucht, des Kommunikationsdefizits auf verschiedenen Wegen Herr zu werden. Eine Politik der Offenheit und Transparenz in Bezug auf den Zugang zu Informationen und Dokumenten – es wurden Informationskampagnen durchgeführt (Bürgerrechte, Euro, Erweiterung); der audiovisuelle Service der Europäischen Kommission unterfüttert die Berichterstattung der EU mit Video, Bild und Ton, und die Kommission führte 1995 den Europa-Server ein. 1999, nach dem kollektiven Rücktritt der Kommission, versuchte man, die Presse und Kommunikationsdienste zu verbessern und zu stärken.

Die Bedeutung des investigativen Journalismus sowie der Zusammenarbeit der Europakorrespondenten in Brüssel während der Krise ist nicht zu unterschätzen. Diese Erkenntnis hat zu einer Professionalisierung der Sprecher der Europäischen Kommission geführt, und die Kommission führte, vergleichbar mit nationalen Regierungen, ein Nachrichtenmanagement. Zwischen 2004 und 2006 entwickelte man Informations- und Kommunikationsstrategien, deren Ergebnisse in einem „Weißen Papier zu einer europäischen Kommunikationspolitik“ festgehalten wurden. Darin enthalten sind außerdem weitere Ideen

für Initiativen wie etwa „going local“ – ein Aufruf zu einer stärkeren Verknüpfung von regionalen und lokalen Medien – und die optimale Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien. Andere Projekte stellen Mittel für europäische Programme bereit: Derzeit kofinanziert das Europäische Parlament „informativ und bewusstseinsfördernde Fernsehprogramme“.² Der Einfluss von Informationskampagnen und Kommunikationsstrategien auf das Wissen und Einstellungen der Bürger zu Europa ist schwer abzuschätzen, nicht zuletzt, weil wissenschaftliche Erhebungen hierzu quasi nicht existieren.

Informationspool europäische Medien

Zur Rolle der Nachrichtenmedien und deren Berichterstattung über EU-Angelegenheiten, insbesondere im Hinblick auf die wachsende Bedeutung der EU in der nationalen Politik gibt es zahlreiche Studien.³ Ein Gros konzentriert sich auf die Rolle der Medien in einer demokratischen Gesellschaft: die Versorgung der Bürger mit politischen und wirtschaftlichen Informationen sowie einem Diskussionsforum für besagte Themen. Sie überwachen die Akteure in Politik und Wirtschaft und sichern so die Demokratie. Auch zum Journalismus auf EU-Ebene und zur Nachrichtenproduktion wurden einige Studien durchgeführt. Eine weitere Schlüsselfrage für die Forschung ist die Herausbildung einer europäischen Identität – inwieweit können europäische

Der Einfluss von Informationskampagnen und Kommunikationsstrategien auf Wissen und Einstellungen der Bürger zur Europa ist schwer abzuschätzen, nicht zuletzt, weil wissenschaftliche Erhebungen hierzu quasi nicht existieren.

Medien die Förderung einer nationalen Identität auf europäische Ebene übertragen? Es gibt Fürsprecher eines europäischen Mediensystems, das allen Bürgern zur Verfügung steht. Bisher sind solche Gedankenspiele aber nicht umgesetzt worden; ein Hauptgrund ist die Sprachbarriere. Nachrichten-, Musik- und Sportsender mit internationalem Publikum wie Euronews, BBC World, CNN und Publikationen wie der Economist oder die International Herald Tribune richten sich in erster Linie an Eliten aus Politik und Business und dienen gleichzeitig Europakorrespondenten als wichtige Informationsquelle.

Seite an Seite mit den Politikern agieren mehr als 1.000 EU-Korrespondenten und mehr als 2.000 Lobbyisten. Nach einem Bericht des Europäischen Parlaments von 2003 arbeiten 70 Prozent der Lobbyisten in Brüssel für Wirtschaftsunternehmen, und nur 20 Prozent repräsentieren Nichtregierungsorganisationen (inklusive Gewerkschaften, Öffentliches Gesundheitswesen, Umweltgruppen etc.). Ergebnisse vergleichender Studien über europäische Nachrichten und Programme innerhalb nationaler Grenzen geben Aufschluss über die Medientypen, die tendenziell mehr Informationen zu Europa liefern (Qualitätspresse und öffentlich-rechtlicher Rundfunk), über die Länder mit hervorstechender Berichterstattung (Deutschland, Frankreich und Skandinavien), über die besonderen Hindernisse beim Handling europäischer Themen in den Medien (komplexe Sachverhalte, fehlendes Interesse der Blattmacher und des Publikums, zähe Legislative), und schließlich untermauert sie die Annahme, dass die EU hauptsächlich in Politik- und Wirtschaftsressorts stattfindet.

Trotz des breiten Spektrums nationaler Eigenheiten und Trends – journalistische Kultur, brisante Themen, Medienlandschaften – bleiben die maßgeblichen Faktoren dieselben: Medienmärkte versorgen die Bürger oder den Konsumenten. Dabei beeinflusst der öffentliche Dienst und redaktionelles Ethos ersteres, zweites beruht auf Spekulationen über Interessenprofile oder auf Umfrageergebnissen. Pauschal ausgedrückt bestätigen die Studien die sogenannte Nachrichtenwerttheorie, nach der unter anderem Nachrichten für ein Individuum nur von Interesse sind, wenn sie sein eigenes Leben betreffen: je näher, desto relevanter; nationale Regierungsformen und deren Folgen betreffen am ehesten die eigene finanzielle Lage, Beschäftigung, Gesundheit und Bildung. Hier stößt die Macht der Medien an ihre Grenzen; abgesehen von der Bemühung um Genauigkeit und Qualität im Sinne von Analysen, Kommentaren und Hintergrund ist ihre Rolle als unabhängiger und unparteiischer Wächter politischer Prozesse eingeschränkt.

Erschwert wird der Prozess dadurch, dass der Umgang und die Verarbeitung der Informationen durch das Publikum kaum berechenbar ist. Die Erhebungen des Eurobarometer sind dabei ein hilfreiches, aber unzureichendes Instrument.⁴

Mediale Europabilder

Wenn die Medien sich weitestgehend am Bedürfnis des Publikums orientieren, könnte man davon ausgehen, dass sie nationale und individuelle Haltungen gegenüber Europa beeinflussen. Die Idee der europäischen Integration hat für verschiedene Nationen immer auch verschiedene Bedeutungen. Für die sechs Gründungsmit-

glieder waren die Europäischen Gemeinschaften eine Nachkriegslösung, die Krieg zwischen den Mitgliedstaaten verhindern und sie wirtschaftlich als Kriegsmotoren durch die Kohle- und Stahlindustrien verbinden sollte. Spätere Mitgliedstaaten traten vor allem aus wirtschaftlichen Gründen der Union bei, ethische Aspekte waren zweitrangig. Diese historisch begründete Unterstützung der EU beeinflusst immer noch nationale Denkweisen und das Wählerverhalten. 1998 fanden Wissenschaftler bei einer Untersuchung zur Debatte über eine einheitlichen Währung in Europas elitären Kreisen heraus, dass Europa für die britischen Eliten das „Andere“ und damit eine Bedrohung der britischen Souveränität repräsentierte. Für die deutsche Elite war Europa eine positive Alternative zum „anderen“ deutschen Nationalismus. Der traditionelle britische Skeptizismus und die strategische Distanzierung von Europa hält trotz des Engagements der derzeitigen Regierung an, die Tendenz wird von der Regenbogenpresse verstärkt. Zwei britische Forscher wollten wissen, wie dieser Pressesektor die Öffentlichkeit beeinflusst. In einer Reihe von Interviews mit Leitern von EU-Vertretungen in den Hauptstädten der Mitgliedsländer sagen nur die britischen Vertreter, dass die Beschäftigung mit „Euromythen“ in den Medien einen großen Teil ihrer Arbeit ausmacht.

Auch wenn der Erweiterung 2004 zustimmende Referenden vorausgingen, zeigen folgende Umfragen, dass die Zufriedenheit und Unterstützung in den neuen Ländern zurückgegangen ist. Kann man also davon ausgehen, dass diese Länder allein auf wirtschaftlichen Profit hoff-

Nachrichten sind für ein Individuum nur von Interesse, wenn sie sein eigenes Leben betreffen. Hier stößt die Macht der Medien an ihre Grenzen.

ten? Während der Kampagne zum Vertrag von Nizza, als die irischen Wähler das erste Mal gegen eine weitere Integration stimmten, lancierten beide Seiten vielsagende Slogans. Die Pro-Fraktion skandierete: „Uns geht es mit Europa besser“. Die Neinsager prophezeiten: „Ihr werdet Arbeit, Geld und Macht verlieren“ oder „Goodbye UN, hello NATO“. An dieser Stelle manifestiert sich die Unterscheidung zwischen dem Erobern der „Herzen“ und des „Verstands“ der Bürger. Oft richten sich alle Hoffnungen auf das Aufblühen der Wirtschaft, was allzu oft Enttäuschungen nach sich zieht. Wenn Europa und die Integration innerhalb der EU für die Öffentlichkeit zwei Paar Schuhe sind, ist es auch schwierig, einen gemeinsamen Nenner von Meinungen und Einstellungen zu definieren. Während diese Wahrnehmung durch die Medien forciert sein mag, ist sie sicherlich von politischen Eliten und deren Agenda gefärbt. Es sind nicht nur die Medien, die den Informationsfluss filtern, sondern ebenso die politischen Akteure.

Wegweiser europäische Medien?

Die europäische Öffentlichkeit findet nur in nationalen (Medien-)Grenzen statt, ein paneuropäisches Mediensystem mit einem Massenpublikum existiert nicht. Die europäischen Mediensysteme haben in den vergangenen Jahren einen grundlegenden Wandel erfahren, insbesondere im Hinblick auf das Angebotspektrum. In den 70er Jahren begnügten sich die meisten Menschen mit nur zwei Fernsehkanälen, die zudem meist in öffentlich-rechtlicher Hand waren. Dank technologischer Neuerungen, Deregulierung und Globalisierung der Märkte hat dieses Bild sich geändert. In Irland existierte 1975 nur ein öffentlich-rechtlicher Sender, bis in den späten 70er Jahren ein zweiter öffentlich-rechtlicher Sender (ÖRS) und 1998 ein kommerzieller Sender das Angebot erweiterten. Im Jahr 2006 abonnierte – wohl begünstigt durch den freien Zugang

zu Digital Terrestrial Television (DTT), also digitalem Fernsehen – ein Viertel der irischen Haushalte Sky Digital Television mit bis zu 206 Programmen. Im Licht dieser Angebotsexplosion für das nationale EU-Publikum ist die Frage aufgetaucht, inwieweit die traditionell identitätsstiftende Rolle der Medien (sei es national oder europäisch) im demokratischen Leben der Bürger eingeschränkt oder ausgeweitet werden sollte. Man richtet den Blick dabei meist auf Medienformate, die sich vorwiegend mit politischen und wirtschaftlichen Themen beschäftigen, also ÖRS (aufgrund spezifischer Aufgaben und Verpflichtungen) und die „Qualitätspresse“.

ÖRS nehmen in europäischen Ländern weiter eine privilegierte Position ein, besonders in Skandinavien und Nordeuropa. In manchen Ländern haben besagte Systeme aber auch eine geringe Reichweite, etwa Estland, Ungarn, Lettland und Litauen. Für viele dieser Länder ist der Wandel vom staatlichen Fernsehen zum ÖRS problembehaftet, und im Zuge der Privatisierung – oft dank ausländischen Kapitals – haben die ÖRS es verpasst, einen wettbewerbsfähigen Service zu etablieren. Andere finanzierten sich größtenteils mit Werbung oder staatlichen Geldern statt mit Gebühren und gefährdeten somit ihre politische und finanzielle Unabhängigkeit wie in Spanien oder Portugal. In den skandinavischen und nord-europäischen Ländern gibt es eine hohe Zahl an Zeitungslern und Publikum für öffentlich-rechtliche Programme. Daher ist es nicht verwunderlich, dass in der dortigen Berichterstattung europäische Themen eine größere Rolle spielen, auch wenn das nicht automatisch die Zustimmung zur europäischen Integration oder

eine ausgeprägte europäische Identität bedeutet.

Zudem unterscheiden sich die Mediensysteme in der EU in Bezug auf ihre Größe (80 Millionen potenzielle Medienkonsumenten in Deutschland bis zu 380.000 in Malta) sowie auf Sprache und Gebrauch. Ausschlaggebend sind auch die Besitz- und Kontrollstrukturen: politisch (Italien, Frankreich, Griechenland), religiös (Malta, Slowenien, Griechenland), industriell (Italien, Frankreich, Griechenland), in ausländischer Hand (Ungarn, Slowakei, Polen, Lettland, Estland, Litauen, Slowakei, Dänemark, Tschechische Republik) oder multimediale Konglomerate (Italien, Großbritannien, Portugal, Griechenland, Spanien). Diese Faktoren beeinflussen den Raum, in dem die Bürger sich über die EU informieren, aber auch, inwiefern Medien zur nationalen Demokratie beitragen.

Die Medienpolitik der EU hat sich darauf konzentriert, als Gegengewicht zu den USA eine starke europäische Medienindustrie aufzubauen. Sie unterstützt Filmschaffende und unabhängige europäische Fernsehproduktionen. Dennoch hat die EU erst vor kurzer Zeit die politische und kulturelle Vielfalt der nationalen Mediensysteme für sich entdeckt. Mit Blick auf den kulturellen Austausch existieren sehr wohl kulturelle und sprachliche Verbindungen zwischen den kleineren EU-Staaten und ihren größeren Nachbarn, die den nationalen Fernsehmärkten eine gewisse Durchlässigkeit erlauben. Das beinhaltet den Empfang von französischem, holländischem und deutschem Fernsehen in Belgien, von deutschen Programmen in Österreich, britisches Fernsehen und britische Presse kursieren in Irland, russische Medien werden in den baltischen Staaten genutzt, die Zyprioten sehen griechische Programme, in Malta sind italienische Medien beliebt. Oft wird das als Problem betrachtet, da diese Marktaufteilungen die Werbeeinnahmen beeinflussen und Ängste vor kultureller Dominanz hervor-

Abb. 1: Die Stellung der öffentlich-rechtlichen Sender in den EU-Märkten

Zuschauer-Quote der ÖRS	in den EU-Staaten	... der zwei wichtigsten Privatsender in den EU-Staaten*
Sehr hoch 60-75%	Dänemark 72%	Tschechische Republik 65%, Ungarn 61%
Hoch 50-60%	Polen 54%, Österreich 52%	Portugal 57%, Litauen 55%, Finnland 52%
Mittel-hoch 40-50%	Italien 49%, Finnland 44%, Frankreich 43%, Belgien Flandern 41%, Deutschland 41%, Irland 40%, Schweden 40%	Niederlande 47%, Estland 44%, Frankreich 44%, Deutschland 43%, Slowenien 42%, Ita- lien 41%, Lettland 40%
Mittel 35-40%	Niederlande 38%, Großbritannien 38%, Slo- wenien 35%	Griechenland 37%, Malta 37,5%** Belgien Flandern 36%, Polen 36%, Schweden 35%, Großbritannien 34%***
Niedrig- mittel 25-35%	Malta 33%, Tschechische Republik 31%, Spani- en 30%, Portugal 28%	Wallonisches Belgien 30%
Niedrig 10-20%	Wallonisches Belgien 19%, Lettland 19%, Estland 18%, Ungarn 18%, Zypern 17%, Grie- chenland 15%, Litauen 12%	Österreich 10%, Dänemark 15%, Irland 13%**

*Im Fall von Italien und Irland handelt es sich lediglich um ein Programm.

** Österreich, Deutschland kommen auf eine Quote von 37%; Irland und GB auf mehr als 40%; Malta, Italien 19%; Wallo-
nisches Belgien, Frankreich 30%; Russland 40%

***dazu gehört das britische private ITV Netzwerk mit öffentlich-rechtlichen Verpflichtungen

Zahlen von 2004 (AT, BE, CY, DA, FIN; GR; IT); von 2003 (CZ, EE, FR, DE, IE, LT, SI, SE); von 2002 (LV, NL)

Quelle: Kevin et al (2004)

rufen. Der Austausch in Europa ist aber eng begrenzt, und gerade die privaten Sender verraten eine Dominanz US-amerikanischer Formate. Während Wettbewerb normalerweise größere Auswahl für die Zuschauer bedeutet, fürchtet man einen Qualitätsverlust im Zuge der Konkurrenz mit den privaten Sendern (geringere Informationsdichte, Dokumentarfilme).

Auch im Kino dominieren amerika-

formationen die Bürger erhalten, und das beinhaltet sowohl kulturelle als auch politische und wirtschaftliche Sachverhalte.

Abb. 2: Aufteilung der Kinobesucher in der Europäischen Union (EU25)

geordnet nach Herkunftsländern der Filme

Herkunftsland	USA	USA/ Europa	Frank.	GB	Dt.	Italien	Spanien	Rest-Europa
% aller Besucher	59,7%	11,7%	9,5%	6,1%	4,5%	2,2	2,1	2,1

Quelle: European Audiovisual Observatory (2004). Vorläufige Angaben für 2004.

nische Produktionen, und das Interesse an Ländern mit gefestigten Filmindustrien wie Frankreich, Deutschland, Großbritannien oder Italien beschränkt sich meist auf ein nationales Publikum.

Ausblick

Die Perspektiven einer europäischen Öffentlichkeit oder einer Diskussionsplattform auf europäischer Ebene sind in naher Zukunft eher mager, auch wenn das Internet als weltumspannendes Medium auf dem Vormarsch ist. Die wirkliche europäische Öffentlichkeit existiert im politischen Dunstkreis von Brüssel: Politiker, EU-Beamte, Lobbyisten und Korrespondenten. Wie diese Strukturen in den nationalen Mediensystemen kommuniziert werden, ist ausschlaggebend für die Wirkungskraft der Medien zugunsten einer europäischen Zusammengehörigkeit. Einstellungen zur EU, zur europäischen Integration und die Identifikation mit Europa sind komplex und davon abhängig, wie (nationale) Eliten europäische Themen vermitteln. Daneben spielen persönliche Erfahrungen eine wichtige Rolle, was auch die kulturellen Erfahrungen mit den europäischen Nachbarn einschließt. Der Medienkontext in den europäischen Ländern entscheidet, welche Art von In-

formationen die Bürger erhalten, und das beinhaltet sowohl kulturelle als auch politische und wirtschaftliche Sachverhalte. Ein wichtiger erster Schritt ist die Stärkung öffentlich-rechtlicher nationaler Medien, um einen Nährboden für Demokratie und Integration in Europa zu schaffen. Das wäre die beste Grundlage für eine europäische Öffentlichkeit, die letztlich zu einer stärkeren Identifikation mit Europa führen kann.

Aus dem Englischen von Jenni Roth

Deirdre Kevin ist Medienberaterin. Ihre Schwerpunkte als Medienwissenschaftlerin liegen in der politischen Kommunikation, Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit sowie Medienpolitik. Sie hat u. a. die Europäische Kulturstiftung und Medienanstalten in Europa beraten. Sie hat mehrere Publikationen herausgegeben, etwa *Europe in the Media: A Comparison of Reporting, Representation and Rhetoric in National Media Systems in Europe* (2003). Mit ihrem Masterabschluss in *European Economic and Public Affairs* arbeitete sie am schottischen *Stirling Media Research Institute* und am Europäischen Medieninstitut, Düsseldorf.

Quellenangaben

AIM Research Consortium (ed) (2007, forthcoming): Understanding the Logic of EU Reporting from Brussels. Analysis of Interviews with EU Correspondents and Spokespersons. Adequate Information Management in Europe (AIM) – Working Papers 2007/3. Bochum/Freiburg: Projekt.

Anderson, P. J. & Weymouth, A. (1999): Insulting the public? The British Press and the

European Union. London: Longman.

Baisnée, O. (2002): Can Political Journalism Exist at the EU level? In: R. Kuhn and E. Neveu (eds.), *Political Journalism. New Challenges, New Practices*, pp. 108-127. London: Routledge, S. 108-127.

Blumler, J. (ed) (1983): Communicating to voters: Television in the First European Parliamentary Elections. London: Sage.

De Vreese, C. (2003): Framing Europe: Television News and European Integration. Amsterdam: Aksant.

European Audiovisual Observatory (2004): Major Markets Buoyant in 2004 as European Union Cinema Admissions Top 1 Billion Milestone. Press release, 4 May 2004. Strasbourg: EAO.

European Parliament (2003): Lobbying in the European Union: Current Rules and Practices. Constitutional Affairs Series AFCO 104 EN. Luxembourg.

Garvey, T. (2005): Hearts and Minds. In: Institute for European Affairs (ed): Where to Now: Ideas on the Future of Europe. Dublin: Institute for European Affairs, S. 51-73. http://www.iiea.com/newsxtest.php?news_id=56.

Kevin, D., u. a. (2004): Final Report of the Study on the Information of the Citizen in the EU: Obligations for the media and the institutions concerning the citizen's right to be fully and objectively informed. Prepared on behalf of the European Parliament by the European Institute for the Media. Düsseldorf, 2004, Strasbourg: EPRA. <http://www.epra.org>.

Kevin, D. (2003): Europe in the Media: Reporting, Representation and Rhetoric. New Jersey/London: Erlbaum.

Meyer, C. (1999): Political Legitimacy and the Invisibility of Politics: Exploring the European Union's communication deficit. *Journal of Common Market Studies*, 37(4), S. 617-639.

Morgan, D. (1995): British media and European Union news: The Brussels News Beat and its Problems. In *European Journal of Communication* 10(3), S. 321-343.

Primetrica Limited (2004): The Media Map Yearbook 2004. UK: Primetrica Ltd.

Risse, T., Engelmann, D., Knopf, H., & Roscher, K. (1998): To Euro or not to Euro? The EMU and Identity Politics in the European Union. In: *European Journal of International*

Relations. 1999; 5: 147-187.

Schlesinger, P. and Kevin, D. (2000): Can the European Union Become a Sphere of Publics? In: Erik Oddvar Eriksen and John Erik Fossum (eds.): *Democracy in Europe: Integration through Deliberation?* London: UCL Press, S. 206-229.

Siune, K. (1993): The Danes said no to the Maastricht Treaty: the Danish referendum of June 1992. In: *Scandinavian Political Studies*, 16(1), S. 93-103.

Slaatta, T. (1999): Europeanisation and the Norwegian news media: Political discourse and news production in the transnational field. Oslo: University of Oslo.

Trenz, Hans-Jörg (2004): Media coverage of European Governance: Exploring the European Public Sphere in National Quality Newspapers. In: *European Journal of Communication*, 19 (3), S. 291-319.

¹ 2004 war das Fernsehen mit 73 Prozent die Primärquelle für die Befragten (EU 15) und 79 Prozent bei den Neuen Mitgliedsstaaten (NMS). Die Tagespresse war die Hauptinformationsquelle für 54 (EU 15) und für 51 Prozent der NMS. Das Radio kam auf 35 Prozent in der EU 15, aber auf 51 Prozent bei den NMS. Das Internet erreichte 16 Prozent (EU 15) und 18 Prozent bei den NMS. Quelle: Eurobarometer 61.

² Vgl.: http://ec.europa.eu/communication_white_paper/doc/white_paper_en.pdf.

³ <http://www.aim-project.net/doku/>; vlg. auch Blumler et al, 1983; Siune, 1993; De Vreese, 2003; Kevin, 2003; Trenz, 2003.

⁴ Gemäß Eurobarometer besteht jede Umfrage aus etwa 1.000 Face-to-face-Interviews pro Mitgliedstaat (außer Deutschland: 2.000, Luxemburg: 600, UK: 1.300, inkl. 300 aus Nord-Irland).

Die neueste Geschichte von Europa ist aufgrund seiner zwei Weltkriege die historische Zäsur, die alle Planeten auf der Erde prägt. Trotz des beispielhaften Wiederaufbaus schwelen in Europa immer noch Konflikte. Wie kann die europäische Gemeinschaft in diesem Sinn mit gutem Beispiel vorausgehen und zu einer Kultur des Friedens in der Welt beitragen?

Danilo Santos de Mirando, Direktor des Serviço Social do Comercio São Paulo

VERSÖHNEN STATT SPALTEN Die Europäer reden nicht nur übereinander, sondern auch miteinander. Zumindest was die Akteure der Filmbranche betrifft. Der europäische Film hat nicht nur als kultureller Gegenpol zu Hollywood Fuß gefasst, er gewinnt auch immer mehr Einfluss als Wirtschaftsfaktor.

Von Michael Schmid-Ospach



Johannes Rau – ein strikter Befürworter Europas – hat einmal gesagt: „Europa kann in meinen Augen nur dann gelingen, wenn wir nicht das spaltende ‚eure unsere Kultur‘, sondern das versöhnende ‚eure und unsere Kultur‘ zu seiner Grundlage machen, wenn wir in seiner Vielfalt keine Gefahr, sondern die Grundlage seiner Einheit sehen.“ Die Verhältnisse auf der Weltkarte des Films sind definitiv im Umbruch: Hier in Europa relativiert sich die Vorherrschaft Hollywoods gerade in letzter Zeit zusehends. Amerika, immer noch einer der größten Absatzmärkte, gibt sich nach wie vor verwöhnt: Synchronisierte Fassungen werden von der Masse nicht geschätzt. Wer also in Europa nicht in englischer Sprache dreht, hat, was diesen Markt angeht,

das Nachsehen. Was an europäischen Projekten gefällt, wird notfalls einfach noch einmal gedreht, wie z. B. der Film „Bella Martha“, der in den USA unter dem Titel „No Reservations“ herauskommt, mit Catherine Zeta-Jones statt Martina Gedeck in der Titelrolle. Auch „Caché“ von Michael Haneke wird nachgedreht, in diesem Remake wird die Handlung sogar von Paris in die USA verlegt.

Film auf Weltreise

Doch auf der Berlinale konnte man sehen, dass hier einiges in Bewegung ist: Die USA strecken nicht nur bei Filmvorlagen ihre Fühler nach Europa aus. Viele europäische Schauspieler und andere Kreative bevölkern inzwischen das internationale Parkett. Martina Gedeck ist zum Beispiel in „The Good Shepherd“ zu sehen, Moritz Bleibtreu in „The Walker“ und in „La Masseria dello allodole“, Daniel Brühl in „2 Days in Paris“, Julia Jentsch in „Obsluhoval jsem anglického krále“, André Hennicke in „In Memoria di me“, Jasmin Tabatabai und Sibel Kekilli in „Fay Grim“, Christian Oliver in „The Good German“ oder Benno Fürmann in „Kruistocht in Spijkerbroek“. Auch internationale Filmteams werden immer selbstverständlicher, und was die Auswahl der Drehorte angeht, haben wir

schon seit Jahren eine hohe Vernetzung nicht nur Europas, sondern aller Filmnationen.

Dabei wird das Netzwerk für den Film überhaupt zunehmend dichter. Für einen europäischen Anbieter bedeutet das natürlich zuerst, seine regionalen und nationalen Möglichkeiten vorzustellen - und im Gegenzug, auf der Nachfrageseite, die Möglichkeiten auf dem europäischen Markt auszuschöpfen. In enger Zusammenarbeit mit „German Films“, der Auslandsvertretung des deutschen Films, sind wir auf allen internationalen Festivals präsent und arbeiten weit über Europa hinaus mit verschiedensten Filmschaffenden zusammen.

Erfolgsfaktor Europa

Zahlreiche Kinoproduktionen, die von der Filmstiftung unterstützt wurden, sind auf europäischen Festival- und Kinoleinwänden erfolgreich, darunter z.B. Tom Tykwers „Das Parfum“, Sven Taddickens „Emmas Glück“, Andreas Dresens „Sommer vorm Balkon“, Philip Grönings „Die große Stille“ oder internationale Koproduktionen wie der Gewinner von Cannes, Ken Loachs „The Wind that Shakes the Barley“, die mehrfach ausgezeichnete israelisch-deutsche Koproduktion „Sweet Mud“ von Dror Shaul, Maria Speths Drama „Madonnen“ oder die Tragikomödie „Armin“ des kroatischen Regisseurs Ognjen Svilic.

Auf deutschen Kinoleinwänden beherrschten im „goldenen Filmherbst“ letzten Jahres fünf deutsche Titel die Top Ten. Auf den internationalen Märkten wiederum verkauften sich die deutschen TV-Event-Movies fast wie „warme Semmeln“. Die Frankfurter Rundschau

vermeldete dazu: „Weil Hollywood fürs Fernsehen fast nur noch Serien herstellt und damit weltweit Erfolg hat, sind die ‚Disasters Movies‘ aus Deutschland fast konkurrenzlos.“⁶² Wirft man einen Blick auf die Verkaufserfolge einheimischer Produktionen im europäischen Wettbewerb, zeigt sich, dass die Fiktion insgesamt mittlerweile eines der stärksten Produkte ist. Der Kinofilm „Der Untergang“ verkaufte sich in 145 Länder, der Event-TV-Zweiteiler „Dresden“ konnte in 68 Länder verkauft werden und „Stauffenberg“, ebenfalls ein TV-Event und wie „Dresden“ NRW-gefördert, verkaufte sich in 82 Länder.

Ich möchte anhand von zwei Beispielen aus unserer täglichen Praxis die brückenbauende Wirkung von Filmarbeit in Europa und den Erfolg der europäischen Zusammenarbeit zeigen. Denn die folgenden Kinoereignisse sind hundertprozentig europäischer „Bauart“ und haben auf vielfältige Weise in Europa und weit über Europas Grenzen hinaus Furore gemacht.

Das erste Ereignis, ein echter Blockbuster, ist die bisher teuerste deutsche Kinoproduktion: Die gleichnamige Verfilmung des Romans „Das Parfum“ von Patrick Süskind, der bereits Jahre zuvor in über fünfzig Sprachen übersetzt wurde. Diese Constantin-Eichinger-Produktion, von Tom Tykwer inszeniert, erreichte am Startwochenende in deutschen Kinos bereits weit über eine Million Zuschauer - was rund 1,500 Besucher pro Kopie bedeutet. Innerhalb von 50 Tagen waren bereits über fünf Millionen Kinobesucher zu verzeichnen. Steven Spielbergs Dreamworks-Verleih brachte ihn in die US-Kinos, und auch in Japan ist er inzwischen zu sehen. Ein großar-

tiger Erfolg für die Produktionsfirma und ein jüngstes Beispiel dafür, dass ein Film beides sein kann, ein Blockbuster, sprich Massenunterhaltung, und ein Kulturereignis.

Aber auch ein Beispiel dafür, dass die Filmwelt internationaler wird. Gedreht wurde, und das nicht nur aus Kostengründen, in den verschiedensten Ländern. In Barcelona setzte der Bürgermeister großzügige Sperrungen durch. In Frankreich, in dem Land, in dem sich im Film die Dinge ereignen, wurden dann doch nur die Lavendelfelder gedreht, weil das Land „produktionstechnisch zu teuer“ sei, so der Produzent. In Rumänien wurden die 1.400 Kostüme geschneidert, in Tschechien die Modelle gebaut sowie die digitalen Effekte hergestellt. Hierzulande waren es 15 Drehtage in den Münchner Bavaria-Studios, und die umfangreiche Postproduktion fand ebenfalls in München statt, mit der „immerhin 80 Leute über zwölf Monate beschäftigt waren“. Und nicht zu vergessen, der Produzent Bernd Eichinger kommt aus Bayern und der Regisseur Tom Tykwer aus Nordrhein-Westfalen. Auch die Schauspielerei ist international gecastet, das Spiel des britischen Hauptdarstellers und des internationalen Ensembles ist aus einem Guss, Grenzen sind hier nicht spürbar.

Tom Tykwer komponierte auch die Musik (zusammen mit zwei Partnern), die die Berliner Philharmoniker unter der Leitung des britischen Dirigenten Simon Rattle einspielten. Die CD zum Film war bereits bei Kinostart im Handel erhältlich. Der Film sollte – auch das ein Novum – in Deutschland Premiere haben. Zu guter Letzt wurde „Das Parfum“ bereits weit vor Kinostart in zahlreiche Länder verkauft. Nach seinen Erfolgen

in deutschen Kinos, in Österreich und in der Schweiz platzierte er sich auch in Russland am Startwochenende als Nr. 1 der Kinocharts.

Das zweite filmische Ereignis meines Exkurses scheint das genaue Gegenteil des ersten zu sein und ist dennoch innerhalb eines halben Jahres von einem nicht nur europäischen, sondern internationalen Publikum begeistert aufgenommen worden. Die Rede ist von dem filmstiftungsgeförderten und mit zahlreichen Preisen auf europäischen und internationalen Festivals geehrten Dokumentarfilm „Die große Stille“ von Philip Gröning, der unter anderem den World Cinema Documentary Jury-Preis des Sundance-Filmfests und den Europäischen Filmpreis – Prix Arte 2006 – als bester Dokumentarfilm erhielt. Die Dokumentation erzählt vom Leben in einem französischen Kartäuserkloster. Das Thema ist deshalb so zündend und grenzübergreifend, weil es mit viel Liebe – und unglaublichem persönlichen Engagement – von einem Leben erzählt, das so ganz anders funktioniert als das Leben seiner Zuschauer. Der Film zeigt inhaltlich, aber auch formal, dass es eben nicht nur so geht, wie uns das erfolgreiche Hollywood manchmal glauben machen will. Das individuelle und gute Storytelling, das Hollywood lange Zeit zur alleinigen Heimat der Stars machte, hat eine neue Wahlheimat in Europa gefunden.

Förderpool Europa

Doch es bleibt nicht bei einem Blick über die Grenzen. Seit einigen Jahren mehren sich die ganz praktischen Aktivitäten, die die noch jungen Verbindungen zwischen dem Filmland Frank-

reich und dem Filmland Deutschland intensivieren. Abgesehen davon, dass „Die fabelhafte Welt der Amélie“ zur Hälfte in Deutschland entstand und der filmstiftungsgeförderte „Good Bye, Lenin!“ ein Millionenpublikum in Frankreich im Jahr 2003 erreichte, fand im gleichen Jahr zum ersten Mal das „Rendez-Vous Franco-Allemand du Cinéma“ in Lyon statt. Das „Rendez-Vous“ gibt es seitdem jährlich, jeweils abwechselnd in Frankreich und Deutschland unter Vorsitz der französischen Präsidentin und Filmproduzentin Margaret Menegoz – und es erfährt zunehmend Anerkennung. Jedes Jahr lockt es mehrere hundert Filmschaffende in das jeweilige Land. Die französisch-österreichisch-deutsch-italienische Koproduktion „Caché“ eben dieser Produzentin Margaret Menegoz (Regie: Michael Haneke) gewann 2005 unter anderem den europäischen Filmpreis sowie den Regiepreis in Cannes und war ein wichtiges Thema beim deutsch-französischen Filmtreffen.

Film als Kunstform

Inzwischen gibt es auch eine 1. Masterclass der deutsch-französischen Filmakademie, angesiedelt in Ludwigsburg und an der Filmhochschule La Fémis in Paris, deren Tutoren nun ebenfalls ein deutsch-französisches Filmtreffen planen. Zudem hat Kulturstaatsminister Bernd Neumann hochhoffiziell eine Arbeitsgruppe zum Thema „Kulturelle Vielfalt in Europa“ eröffnet, in der deutsche und französische Abgeordnete zum Beispiel darüber reden, wie groß der „Einfluss der neuen Medien auf die kulturelle Vielfalt“ ist oder wie die „Möglichkeiten zur Unter-

Ein Film kann beides sein, ein Blockbuster – sprich Massenunterhaltung – und ein Kulturereignis. In der Filmwelt ist internationale Arbeitsteilung mehr denn je eher die Regel als die Ausnahme.

stützung der europäischen Filmproduktionen“ verbessert werden können.

Vorausgegangen waren diesen filmrelevanten Ereignissen zwei Abkommen, die Deutschland und Frankreich im Jahr 2001 abgeschlossen haben: Das eine, „Filmabkommen“ genannt, regelt ganz allgemein und in 15 Artikeln nebst Anhang die deutsch-französische Kooperation und sieht neben Koproduktionen auch die Zusammenarbeit in Fragen der Aus- und Fortbildung und des kulturellen Erbes vor. Das andere ist ein ergänzendes Abkommen, das „Mini-Traité“, und betrifft Fördermittel und Vergabemodalitäten. Über einen Fördermittelantrag für deutsch-französische Koproduktionen entscheidet eine paritätisch besetzte deutsch-französische Kommission.

Ein weiteres Zeichen dafür, dass die Europäer inzwischen mehr miteinander reden als übereinander, wurde auf dem internationalen Filmfestival in Rom gesetzt, das 2006 zum ersten Mal stattgefunden hat. Dort unterzeichneten die italienischen, französischen, spanischen und deutschen Partnermetropolen des CRC-Netzwerkes (Capital Regions for Cinema) einen Vertrag zur Vorbereitung gemeinsamer Fördermaßnahmen für europäische Koproduktionen.

Ein weiterer Beweis dafür, dass die Europäer mehr miteinander reden als übereinander, war das internationale Filmfestival in Rom. Dort unterzeichneten die italienischen, französischen, spanischen und deutschen Partnermetropolen des CRC-Netzwerks (Capital Regions for Cinema) einen Vertrag zur gemeinsamen Förderung europäischer Koproduktionen.

Fakt ist, dass Europa bei den internationalen Filmemachern nicht mehr als

„Europudding“¹ verschrien ist, die wirtschaftlichen und künstlerischen Synergieeffekte werden zunehmend geschätzt. Hierfür ist maßgeblich die kontinuierliche und auch strukturierende Arbeit europäischer Filmförderungen verantwortlich, deren Engagement der letzten Jahre sich zunehmend bemerkbar macht. Kulturelle und nationale Vielfalt braucht Zeit, bis sie zu einer belastbaren europäischen Einheit zusammenwächst.

Globales (Film-)Dorf

Internet und Digitalisierung machen es möglich, dass Filme in Sekundenschnelle von einem Ort zum anderen geschickt werden können. Dies ist einer der Beschleunigungsfaktoren für das Entstehen des oben schon angesprochenen globalen bzw. in unserem Fall erst einmal europäischen „Dorfes“, in dem Film – ob Dokumentation, Fiktion oder auch Grenzgänger zwischen den Genres und filmischen Welten – alles sein kann, im besten Fall ein kritisch-aufklärerisches Werk. Das heißt vor allem eines: Der europäische Film ist auf dem Vormarsch. Film als Kunstform, als kulturelles Ereignis und immer mehr als Wirtschaftsgut gewinnt weiter an Bedeutung.

Das wird zusätzliche Kompetenzen aller beteiligten Länder erfordern – von der Herstellung bis zur Rezeption. Es macht auch einen geschärften Blick auf Medienmacht und deren Kontrolle notwendig, damit nicht noch einmal passieren kann, was in Italien unter Berlusconi geschah: Dass der mächtigste Politiker im Land die Medien kontrolliert. Ein „globales Dorf“ kann diese Dinge aufgrund der Souveränität der Staaten nicht verhindern, aber sicher ein differenziertes Meinungsbild

bieten und so eine kritische Wahrnehmung befördern, wenn eines nicht vergessen wird: Dass – ob Hollywood oder Bollywood oder Wooden Europe – die Qualität von Filmen ein Anspruch sein muss, der nicht aufgegeben werden darf. Film als reines Wirtschaftsgut demonstriert seine Funktion als Kunst, als Kulturereignis und zerstört damit seine Integrität.

Seit 1992 ist **Michael Schmid-Ospach** ARTE-Bbeauftragter des WDR und Vorsitzender des Aufsichtsrats der Filmstiftung NRW in Düsseldorf, deren Geschäftsführer er seit 2001 ist. Der Autor studierte in Köln Theaterwissenschaft, Germanistik und Psychologie. Von 1977 bis 1990 war er Leiter der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des WDR, dann übernahm er die stellvertretende Fernsehredaktion und für die nächsten zwei Jahre auch die Leitung der Hauptabteilung „Zentrale Aufgaben“. Schmid-Ospach ist Programmbereichsleiter Kultur und Wissenschaft Fernsehen des WDR und Mitglied zahlreicher Medien- und Kultureinrichtungen.

¹ am 11.06.2001 i. Aachen anlässlich der Ausstellungseröffnung: „Krönungen. Könige in Aachen“.

² FR 08.11.06.

³ vgl. WZ 6.9.2006.

VORHANG AUF FÜR DAS NISCHENKINO Fortschritt und Technologie haben unsere kulturellen Konsumgewohnheiten verändert. Selbst an den entlegensten Orten sind wir weltweit vernetzt und sämtliche Kulturgüter jederzeit online verfügbar. Nur europäische Filme aus Nischensegmenten sind im globalen Netz kaum eingespeist. Dabei schlummert in ihnen ein Marktpotenzial, das Blockbustern aus Hollywood Konkurrenz macht. *Von Dina Iordanova*



Es ist nicht lange her, seit der Internet-Visionär Manuel Castells den Wandel der Medienwelt als „außergewöhnlichen globalen Wandel“ – die Globalisierung, die mit einer zeitgleichen Konzentration auf ein schmales Zuschauersegment einhergeht – bezeichnete und erkannte, dass diese neue Medienwelt durch Massenproduktion Kosten spart und von Synergien zwischen verschiedenen Ausdrucksformen profitiert.

Es dauerte nur fünf Jahre, bis seine Aussage zur allgemein anerkannten Wahrheit wurde. Die Kreativindustrie weiß heute, dass Blockbuster nicht der einzige Weg sind, Geld zu machen und es ebenso möglich ist, mit Nischenfilmen kommerziell erfolgreich zu sein.

Vorausgesetzt, die Medienreichweite ist groß genug, um im Rahmen der Globalisierung die Konzentration auf schmale Zuschauersegmente und Nischen zu ermöglichen. Und vorausgesetzt, dass, wie Michael Gubbins als Herausgeber von „Screen International“ meint, „die Welt nicht homogener, sondern von individuellen Konsumenten mit individuellen Wünschen geprägt sein wird“.

In diesem Zeitalter neuer Technologien und des Triumphs von Nischensegmenten jenseits „geografischer Tyrannei“ tun sich faszinierende neue Möglichkeiten auf. Die starren Distributionskanäle begünstigten das Vollprogramm gegenüber den Spartensendern, erstickten alternative Konzepte im Keim und zwangen so über viele Jahre hinweg das europäische Kino in sein Schattendasein. Heute stellt sich die Situation anders dar. Aber werden die Chancen auch in Europa wahrgenommen? Nicht wirklich. Es deutet nicht viel daraufhin, dass Europas Kulturpolitik die Gunst der Stunde nutzt, um den öffentlichen Raum in Europa und darüber hinaus zu stärken und jene Zielgruppen anzusprechen, die sich für die Vielfalt der Kulturen in Europa interessieren.

Europa verfügt heute über die nötige Technologie, um Nischenmärkte und breit gestreute Interessen zu bedie-

nen und erlaubt es, die Vorherrschaft der Blockbuster zu überwinden und die Vielfalt filmischer Möglichkeiten zu erschließen. Es fehlt jedoch an entsprechenden politischen Strukturen und Strategien, die uns erst zum Nutznießer der „außergewöhnlichen Transformation“ – so Castells – machen. Die Reichweite des europäischen Films wird durch wirre Distributionsstrategien und eine undurchsichtige öffentliche Ordnung eingeengt.

Vor zehn Jahren wäre mein heutiger Alltag als Hirngespinnst abgetan worden, obgleich Marshall McLuhan ihn als Erster schon in den früher 60er Jahren in seiner Medientheorie beschrieben hat. Ich lebe in einem kleinen Dorf an der Ostküste Schottlands, 45 Meilen von Edinburgh, mit einem Büroblick auf das Meer. Zu Hause habe ich Breitbandvernetzung und kann meine Recherchen und den Großteil meiner Arbeit mit dem herrlichen Blick auf das Meer erledigen. Morgens spaziere ich in der frischen Brise am Strand entlang. Wieder daheim, logge ich mich auf Screen Daily ein (dem täglich aktualisierten Ableger von Screen International, der die aktuellsten Nachrichten aus der Filmwelt präsentiert) und überprüfe das Echo der gestrigen Pressemitteilung über mein neuestes Projekt zum indischen Film in den Zeitungen von Mumbai. Dann arbeite oder schreibe ich eine Stunde, beantworte inzwischen eingetroffene E-Mails oder spreche live auf Skype mit Freunden in Hongkong und Paris. In der Arbeitspause laufe ich ins Dorfzentrum, um Eier, frischen Lachs und Haferkekse zu kaufen. In der Post treffe ich den örtlichen Buchhändler, der von hier internationale Kunden über eBay

und Amazon mit Büchern beliefert: er ist sich bewusst, dass sein Geschäft schwerlich überleben könnte, wenn er einzig auf Kundschaft aus dem Dorf angewiesen wäre. Auf dem Rückweg genieße ich den Anblick der Seevögel und beobachte Ebbe und Flut, manchmal bekommt man sogar Seehunde zu Gesicht.

Inzwischen ist die E-Mail mitsamt zweier quadratischer Kuverts von Lovefilm angekommen: DVDs, deren Versand mir schon gestern per E-Mail angekündigt worden ist. Abends werde ich die Filme auf dem Plasmabildschirm ansehen, um mir am Tag danach ein paar Notizen zu machen, die Filme dann wieder eintüten und sie in den Briefkasten an der Ecke einwerfen. Der nächste DVD-Versand über meine Registrierung auf der Homepage von Lovefilm wird in zwei Tagen eintreffen.

Am Nachmittag erledige ich Verwaltungsaufgaben per E-Mail, bereite meine Vorlesungen vor, korrigiere Arbeiten der Studenten und gebe ihnen ein elektronisches Feedback, lasse mir von einem IT-Experten digitale Unterrichtsoptionen erklären und verfasse Notizen für die Vorlesung am folgenden Tag zum Thema WebCT, einem virtuellen Lernprogramm meiner Universität. Am Ende des Tages kann ich die letzten Änderungen der Aktienkurse verfolgen, sowohl auf dem Computer als auch auf den entsprechenden Kanälen des Satellitenfernsehens und kann meine Einkäufe virtuell erledigen (die Ware wird am folgenden Tag von einem großen Supermarkt geliefert, 30 Autominuten von hier). All diese Dinge kann ich von zu Hause aus erledigen, während ich die wunderschöne Umgebung des Dorfs genieße, mit der sauberen Luft und der

Nähe zur Natur und meine Kontakte im Land und über die Grenzen hinaus pflege. Ich kann in dieser ländlichen Idylle von Schottland sitzen und gleichzeitig so aktiv mit der Welt in Kontakt treten, als wäre ich im Zentrum von London – nur ganz ohne Stress. Das Hirngespinnst ist Realität geworden.

In meinem Dorf gibt es keine Videothek, die Tante-Emma-Läden unter den Videotheken sind zugrunde gegangen. Zwei Lebensmittelgeschäfte vor Ort, die ehemals auch DVDs verliehen (nur Hollywood-Produktionen), haben das Geschäft eingestellt: Die Leute bestellen ihre Videos jetzt entweder per Satellit oder sind Abonnenten bei Online-DVD-Clubs mit einem größeren Angebot und unschlagbaren Preisen. Eine Videothek mit Hollywoodfilmen in der Nähe der Universitätsstadt St. Andrews musste dem Untergang des Geschäfts tatenlos zusehen. Die einzige überlebende Videothek ist jene, die sich auf Art-House-Filme spezialisiert hat: ein Phänomen, das deutlich dem angeblichen Trend der Übernahme kleiner Geschäfte mit alternativem Filmangebot durch große Hollywoodketten entgegenläuft.

Die einzige überlebende Videothek ist jene, die sich auf Art-House-Filme spezialisiert hat: ein Phänomen, das deutlich dem angeblichen Trend der Übernahme kleiner Geschäfte mit alternativem Filmangebot durch große Hollywoodketten entgegenläuft.

Als Professorin für Film sehe ich jeden Tag mindestens einen Film an, gehe aber kaum mehr ins Kino. Das nächste Kino in St. Andrews spielt nur Hollywoodfilme, die mich selten interessieren. Das nächstgelegene Art-House-Kino ist in Dundee, 45 Fahrminuten entfernt. Da wartet man lieber zwei Monate, bis der Film auf DVD erscheint. Nicht weit von hier findet in Edinburgh das wichtiges Filmfestival in Großbritannien statt. Leider im August, gerade dann, wenn die langen sonnigen Tage an der Küste dazu verlocken, den stickigen Kinosälen fernzubleiben. Daher bin ich nur bei der Eröffnung dabei und sehe ein paar Filmvorführungen. Ich bin immer noch bei internationalen Festivals mit von der Partie (Rotterdam, Berlin, usw.), meist jedoch mit der Absicht, Filme zu sehen, die ich sonst nie in die Hände kriegen würde.

Es mag sein, das mein Dorf nicht den Durchschnitt repräsentiert. Etwa ein Drittel seiner 1.500 Einwohner arbeitet an Schottlands ältester Universität in St. Andrews, ein weiteres Drittel bilden pensionierte Intellektuelle – Autoren, Künstler oder Musiker; nur ein Drittel ist in der Landwirtschaft, der Fischerei oder bei lokalen Dienstleistungsunternehmen tätig. Aber genau das ist es, was mein Dorf zu einem so anschaulichen Beispiel macht: Die Mehrheit der Einwohner ist ein potenzieller Konsument des europäischen Nischenkinos, sie ziehen ernsthafte europäische Filme den Blockbustern aus Hollywood vor, und die meisten verfügen über die nötigen technischen Voraussetzungen. Dennoch haben sie keinen Zugang zum europäischen Kino. Wir haben den Traum eines Lebens auf dem Land verwirklicht und

genießen die Privilegien eines Lebens in der Natur, während wir gleichzeitig Nutznießer der Globalisierung sind: Wir haben Zugang zu Kunst und Kultur, den man früher nur inmitten großer Städte hatte. Entfernungen spielen keine Rolle mehr, das entlegene Dorf entbehrt Kultur ebenso wenig wie Europas frequentierteste Metropolen. Wir werden Zeugen, wie die Blockbuster- und Massendistributionsära einem neuen Zeitalter weicht, in dem unsere Nischeninteressen unabhängig von Raum und Zeit genauso erfolgreich bedient werden können. Das Internet bietet nach Castells „einen horizontalen, unkontrollierten und relativ preisgünstigen Kommunikationskanal“, sei es für die „face-to-face“-Kommunikation oder für die Kommunikation zwischen einem Sender und vielen Empfängern.

Long Tail im Überfluss

Willkommen im Zeitalter des Long Tail! Willkommen in der Welt des Überflusses! Der Long Tail, den der Wire-Journalist Chris Anderson vor einigen Jahren thematisierte, beschreibt die kulturellen Konsumgewohnheiten im elektronischen Zeitalter. Unser Filmhorizont ist nicht mehr auf das Kino programmiert vor Ort oder drei Fernsehkanäle beschränkt – wir haben Zugang zu rund hundert Programmen und zum Internet: Auf YouTube kann man nahezu jede Produktion, die es aus diesem oder jenen Grund nicht ins Fernsehprogramm geschafft hat, aufstöbern, herunterladen oder bestellen (legal und illegal – legal, wenn sie zur Verbreitung freigegeben sind und illegal, wenn sie für die Massenvermarktung nicht in Frage

kommen). Willkommen im Zeitalter der Nischenmärkte, die dank des Massenkonsums gedeihen und auf dem Gesamtmarkt allmählich an Boden gewinnen. Millionenschwere Werbebudgets für die Fernsehausstrahlung von Hollywood-Blockbustern sehen sich mit ernsthafter Konkurrenz von Mundpropaganda auf Yahoo oder anderen Chaträumen konfrontiert.

Im Zeitalter des Long Tail ist Mundpropaganda ebenso wichtig wie Werbung. Unternehmen wie Lovefilm und Amazon müssen nicht länger für riesige Lager aufkommen und gleichzeitig ihren Laden mit einer großen Auswahl an Produkten aufstocken, die den Kunden möglicherweise interessieren. Heute müssen sie ihr Angebot nur noch auflisten und es „on demand“ verfügbar machen. Zudem fungieren ihre Websites als Austauschforen, wo man wie bei eBay die Möglichkeit hat, klein anzufangen und sein Geschäft global auszuweiten. Neue Technologien verändern kulturelle Konsummuster und erlauben neben dem Vollprogramm umfassende Spartenprogramme. In Andersons Long-Tail-Universum wird Broadcasting zur „Welt der Mängel“ (mit der begrenzten Auswahl von gestern) und zum Gegenpol der „Welt im Überfluss“ (als heutiger Welt des Nischenmarketings). Im Long Tail „ist der Großteil der Produkte nicht beim Laden um die Ecke, sondern bei Unternehmen wie Lovefilm, Amazon oder eBay verfügbar. Letztere arbeiten mit Beständen „on demand“ und haben nicht nur „schon bestehende Märkte ausgeweitet“, sondern neue Nischen erschlossen, die in stetem Wachstum begriffen sind. Erstmals in der Geschichte sind Blockbuster und Nischen wirtschaftlich

gleich lukrativ. Die große Zahl der Nischenprodukte macht ihre relativ kleine Verkaufsquote wieder wett – sie sind zu einer wirtschaftlich gewinnbringenden Angelegenheit geworden. „Plötzlich ist Popularität kein Garant mehr für Profitabilität“, wie Anderson beobachtet. Erst die Verfügbarkeit von Nischenprodukten hat das schlummernde Bedürfnis nach nicht kommerziellen Inhalten ans Licht gebracht.

Wenn die Nachfrage sich an Nischen orientiert, wird der Service verbessert und ein positiver Rückkopplungsprozess in Gang gebracht, der in den nächsten Jahrzehnten ganze Industriezweige – und die Kultur – umwälzen wird.

Grenzen ziehen

Dennoch hat der europäische Film keinen leichten Stand in der Welt des Überflusses. Nur wenige europäische Filme sind im Long Tail verfügbar, immer noch binden Vertriebsabkommen ohne die Vision, europäische Grenzen zu überschreiten, ihnen die Hände. Für Experten wie mich, die sich mit dem osteuropäischen Film beschäftigen, aber in Großbritannien leben, ist es frustrierend und zeitraubend, mit den neuesten Entwicklungen im Filmgeschäft besagter Region Schritt zu halten. Was Neuheiten betrifft, bin ich immer noch auf persön-

Erst die Verfügbarkeit von Nischenprodukten hat das schlummernde Bedürfnis nach nicht kommerziellen Inhalten ans Licht gebracht.

liche Netzwerke und Kontakte zu den Filmemachern angewiesen, da es keinen Mechanismus gibt, der mir das Repertoire dieser Filme frei Haus liefern würde.

Nachdem ich mich in den vergangenen zwei Jahren für das ehrgeizige Projekt einer umfassenden DVD-Sammlung in meinem Fachbereich eingesetzt habe, habe ich die Frustrationen und Einschränkungen am eigenen Leib erfahren, mit denen man es beim Stöbern nach europäischen Filmen zu tun hat. Ich habe über die Jahre einige Erfahrungen gesammelt und bin mit den vorhandenen Kanälen vertraut. Dennoch ist es arbeitsreich und mühselig, an viele der Filme von führenden europäischen Filmemachern überhaupt heranzukommen – sie sind schlicht nicht verfügbar. Der Regisseur Tony Gatlif ist ein Beispiel. Nur einer seiner Filme, *Exils*, ist in Großbritannien erhältlich. Die französische Seite von Amazon führt nur einen Bruchteil seiner Filme auf DVD (meist ohne Untertitel, während DVD-Neuerscheinungen aus Hollywood mit mehr als zwölf Untertiteln publiziert werden, von Finnisch bis Bulgarisch).

Zwei Filme von Volker Schlöndorff sind in Großbritannien im Umlauf, wer eine Kopie von *Homo Faber* (eine Koproduktion von vier europäischen Ländern, inklusive UK) sucht, muss auf Secondhand-Angebote hoffen. Mehr als 30 Prozent aller britischen Filme wurden nie vertrieben, es gibt keine umfassende Sammlung britischer Filme. Kopien weiterer Schlüsselproduktionen gibt es nur per illegalem Download aus dem Internet. Wenn ich manche dieser Filme herunterlade und sie für den Unterricht nutze, weigern sich meine Kollegen aus

dem IT- und Medienservice, mir zu helfen – schließlich betreibe ich Piraterie.

Ich kann mich genau erinnern, wie vor wenigen Jahren eine deutsche DAAD-Lektorin an unserer Universität ein Seminar zum deutschen Film veranstaltete, aber über die üblichen Vertriebswege keinen frühen Film von Wim Wenders organisieren konnte und schließlich auf eBay „Alice in the Cities“ ersteigern wollte. In den Unterrichtspausen lief sie zu ihrem Computer, um die neuesten Gebote zu überbieten. Am Ende überstieg das versteigerte Band ihr Budget und sie musste aussteigen. In der Universitätssammlung gibt es auch heute keinen einzigen frühen Wenders-Film, nicht anders sieht es an den meisten anderen britischen Hochschulen aus. Wenders ist seit nunmehr zehn Jahren Präsident der European Film Academy. Man braucht nicht viel Fantasie, um sich vorzustellen, wie wenig präsent erst Filme von Regisseuren sind, die nicht wie Wenders von einem Bekanntheitsbonus profitieren.

Raus aus der Nische

Europäische Förderinstitutionen engagieren sich für eine beachtliche Reihe von Netzwerken zu traditionellem Film und für Festivals – beides Darstellungsformen mit begrenzter Reichweite. Dass gerade die Verbreitung im Zeitalter des Long Tail ausschlaggebend ist, davor verschließen die Verantwortlichen ihre Augen. Die Förderer bevorzugen Projekte mit städtischem Publikum und vernachlässigen den technologischen Fortschritt, der den Vertrieb von Nischenproduktionen auch an abgelegenen Orten erlaubt.

Die Vertriebswege orientieren sich immer noch an nationalen Grenzen (obgleich sie für ein „sans frontières“ geradezu prädestiniert wären). Es ist unabdingbar zu verstehen, dass weder der Kinosaal noch Festivals Zugang zum europäischen Film gewähren. Immer mehr Menschen leben im Long Tail, und für den europäischen Film ist es an der Zeit, sich neben Bollywood und japanischen Animationsfilmen seinen Platz zu reservieren.

Aus dem Englischen von Jenni Roth

Dina Iordanova leitet den Fachbereich Film an der Universität von St. Andrews in Schottland, wo sie auch dem Zentrum für Filmstudien vorsteht. Sie hat sich intensiv mit der Filmszene in Osteuropa und auf dem Balkan beschäftigt und leitet Projekte im Bereich des inter- und transnationalen Kinos. Forschungsschwerpunkte sind das Kino auf meta-nationaler Ebene sowie Nischensegmente.

Quellenangaben

Anderson, Chris (2006): The Long Tail. How Endless Choice is Creating Unlimited Demand. London: Random House.

Castells, Manuel (2001): The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society, Oxford: Oxford University Press.

Gubbins, Michael (2006): Bringing it Home, in: Screen International, 8. Sept., S.2.

McLuhan, Marshall (1962): The Gutenberg Galaxy. London: Routledge & Kegan Paul.

¹Der Begriff des „Long Tail“ geht auf Chris Anderson zurück. Er beschreibt die meist auf Mausclick verfügbaren Nischenprodukte, die im Einzelhandel nicht unbedingt erhältlich sind, und die dennoch lukrativer sein können als Massenware.

DIE MACHT DER BILDER Hollywood-Filme erzählen die Geschichte des Aufstiegs vom Tellerwäscher zum Millionär immer wieder neu. Der Amerikanische Traum, der den Glauben der US-amerikanischen Gesellschaft an die Verbesserung des Lebens durch harte Arbeit und Willen spiegelt, wird inzwischen auf der ganzen Welt geträumt. Und wer träumt den Europäischen Traum? Überlässt Europa das Schlachtfeld der Bilder den anderen? *Von Wim Wenders*



Was ist Europa?“ „Wie ist Europa?“ Man könnte meinen: Europa ist im Eimer, fucked, foutue. Wenn Sie an das Verfassungskatastrophen denken, an seine tatsächliche politische Macht, an die mangelnde Begeisterung seiner Einwohner für „die europäische Sache“ in der letzten Zeit. „Die Europäer“ haben Europa bis oben hin... Andererseits ist Europa der Himmel auf Erden, das gelobte Land, sobald sie es einmal von außen betrachten. In den vergangenen zwei Monaten habe ich Europa aus Chicago und New York gesehen, aus Tokio, aus Rio, aus Australien, mitten aus Afrika heraus, aus dem Kongo, oder noch vorige Woche aus Moskau.

Europa erschien jeweils in einem an-

deren Licht, aber immer als Paradies, als ein Traum der Menschheit, als ein Hort des Friedens, des Wohlstandes, der Zivilisation.

Die, die schon lange in Europa leben, scheinen seiner überdrüssig. Die, die nicht hier sind, die woanders leben, wollen um jeden Preis her, oder hinein.

Was ist das, dass die einen haben, aber nicht mehr wollen, und wonach sich die anderen so sehnen? Oder, um mich selber an die Nase zu fassen: Warum ist mir Europa so „heilig“, kaum dass ich es aus der Ferne sehe, und warum so profan, alltäglich, geradezu langweilig, kaum dass ich wieder hier bin?

Als ich ein Junge war, träumte ich von einem Europa ohne Grenzen. Nun reise ich quer hindurch, virtuell und realiter, ohne je meinen Pass zu zeigen, zahle sogar mit einer Währung, aber wo ist meine Emotion geblieben? Hier, in Berlin, bin ich Deutscher, inzwischen von ganzem Herzen. Aber kaum ist man in Amerika, sagt man nicht mehr, man sei aus Deutschland, Frankreich oder wo auch immer. Man kommt aus „Europa“ oder kehrt dorthin zurück. Für die Amerikaner ist das der Inbegriff von Kultur, Geschichte, Stil, „Savoir vivre“. Das Einzige, was ihnen einen Minderwertigkeitskomplex einjagt. Und zwar einen

permanenten. Und auch aus Asien oder gar anderen Teilen der Welt aus gesehen erscheint Europa wie eine Bastion von Menschheitsgeschichte, Würde, und, ja, wieder dieses Wort: der Kultur.

Europa hat eine Seele, oh ja, die muss man unserem Kontinent nicht erst geben. Die hat er schon. Das ist nicht seine Politik und nicht seine Wirtschaft. Das ist in erster Linie seine Kultur. Ich renne offene Türen ein. An dieser Stelle hat das der Präsident der Europäischen Kommission vor zwei Jahren selber schon deutlich gesagt. Ich zitiere nur das Ende seiner Rede: *„Europe is not only about markets, it is also about values and culture. And allow me a personal remark: in the hierarchy of values, the cultural ones range above the economic ones. If the economy is a necessity for our lives, culture is really what makes our life worth living.“*

Ich könnte andere Teile seiner denkwürdigen Rede zitieren, am liebsten die ganze, weil er mir aus dem Herzen spricht. Bloß: Nach außen hin, zu seinen Bewohnern, agiert Europa nach wie vor als eine in erster Linie wirtschaftlich gesonnene Macht, mit politischen und finanziellen Argumenten, nie mit kulturellen. Europa argumentiert nicht mit Emotionen! Wer liebt denn sein Land wegen seiner Politik oder wegen seines Marktes? Kein Mensch! Direkt hier nebenan ist der „Showroom“ der Europäischen Gemeinschaft, so wie es davon in jeder Hauptstadt einen gibt. Was liegt da aus? Landkarten, Broschüren, Wirtschaftsinformationen, Materialien zur Geschichte der Europäischen Union. Alles langweilig, tote Hose! Wer fühlt sich da repräsentiert oder angesprochen?!

Wir leben im Zeitalter des Bildes. Keine andere Kultur hat heutzutage so viel

Macht wie die des Bildes. Bücher, Zeitungen, Theater... nichts kommt auch nur annähernd heran an die Macht der bewegten Bilder, des Kinos und des Fernsehens. Warum ist nicht nur in Europa, sondern in der ganzen Welt „ins Kino gehen“ synonym mit „einen amerikanischen Film sehen“?! Weil die Amerikaner schon vor langer Zeit begriffen und das radikal umgesetzt haben, womit die Menschen bewegt werden, womit man sie zum Träumen bringt. Der ganze „Amerikanische Traum“ ist eine Erfindung des Kinos, den inzwischen die ganze Welt träumt.

Ich will das nicht diskreditieren. Aber die Frage stellen: Wer träumt den Europäischen Traum? Ein konkretes aktuelles Beispiel fällt mir dazu ein: In den nächsten zwei Monaten oder so werden 20, 30 oder auch 50 Millionen Europäer ein und denselben Film sehen. In jedem Programm, in den Nachrichten – ich habe mich durch ganz Europa gezappt – wurde von einer Filmpremiere in London berichtet. Es ging, wie Sie sicher ahnen, um James Bond, jenen hehren britischen Gentleman, einen Kämpfer für Recht und Unrecht, der die Welt schon seit 40 Jahren vor dem Untergang rettet. Erinnern Sie sich an den wunderbaren Schotten, der diesen europäischen Helden einmal verkörpert hat, an Sir Sean Connery? Oder an den hocheleganten, kultivierten Iren, Pierce Brosnan? Jetzt werden Millionen von

Der „Amerikanische Traum“, den inzwischen die ganze Welt träumt, ist eine Erfindung des Kinos.

Europäern, alle zur gleichen Zeit, über Weihnachten und das Neujahr hinaus einen Kleingangster sehen, der aussieht, man wird mir das verzeihen, wie der russische Präsident, wie Vladimir Putin. Dieser neue Bond geht wohl ziemlich brutal und rücksichtslos vor. Was will uns das sagen? Was erzählt uns da diese amerikanische Produktion? Gut, das ist jetzt überspitzt, aber der Kern dahinter bleibt ziemlich wahr: Uns gehören unsere eigenen Mythen nicht mehr. Nichts formt eine heutige Phantasie so eindringlich und ausdrücklich und langfristig wie das Kino. Aber wir haben das nicht mehr im Griff, das gehört uns nicht mehr. Unsere ureigenste Erfindung ist uns entglitten.

Im europäischen Kino – und das gibt es, trotz allem!, das wird in rund 50 europäischen Staaten produziert – haben unsere eigenen europäischen Geschichten keinen wichtigen Rang mehr!

In diesen Bildern des Europäischen Kinos könnte sich eine ganze neue Generation von Europäern wiederfinden, könnte sich Europa definieren, emotional, kräftig, nachhaltig, könnten europäische Gedanken in die Welt getragen werden, könnten wir unser höchstes Gut, unsere KULTUR, ansteckend kommunizieren, die „Open Society“, die Kultur des Dialogs und des Friedens und der Menschlichkeit, aber wir haben uns diese Waffe aus der Hand nehmen lassen. Ich sage bewusst Waffe, weil Bilder die mächtigsten Waffen dieses 21. Jahrhunderts sind. Es wird kein europäisches Bewusstsein geben, keine Emotionen zu diesem Kontinent, keine zukünftige europäische Identität, keine Bindung, ohne dass wir unsere eigenen Mythen, unsere eigene Geschichte, unsere eige-

nen Ideen und Gefühle uns vor Augen halten können!

Es gibt keinen mächtigeren Botschafter von Spanien in der Welt als Pedro Almodóvar, von Großbritannien als einen Ken Loach, von Polen als einen Andrzej Wajda oder einen Polanski.

Obwohl er schon seit 13 Jahren tot ist, definiert ein Federico Fellini nach wie vor die italienische Seele. Genau das tut das europäische Kino: Es formt und bildet unser Bewusstsein von uns selbst und voneinander! Es schafft eine europäische Idee, einen europäischen Willen, eben jene europäische Seele, von der hier die Rede ist. Aber schauen Sie sich doch an, welchen Platz wir diesem unserem Schatz geben, welche Rolle das im europäischen Kulturleben noch spielt, welche stiefmütterliche Aufmerksamkeit das politische Europa nach wie vor nicht nur dem Kino, sondern überhaupt der Kultur schenkt. Dabei ist das der Kitt, der Klebstoff, der Zusammenhalt europäischer Gefühle!

All diese Länder, die sich nach Europa sehnen, auch all die neuen oder zukünftigen Beitrittsländer aus dem Osten, sie könnten sich auf der einen Seite vorstellen, uns von sich erzählen, uns für sich einnehmen, und auf der anderen Seite von der europäischen Sache und der europäischen Seele empfangen werden, wenn wir nur unsere gegenseitigen Botschafter stärken würden, wenn wir in Europa auch an die Kraft der Bilder glauben wollten. Aber hier wird ein schwerwiegender Fehler gemacht. Hier wird mit Politik und mit Wirtschaft argumentiert, nicht mit Emotionen. Nebenan, im Showroom, hängen die langweiligsten Karten der Welt herum, während in den wichtigsten Botschafts-

räumen, den Kinos und den Fernsehern, die Bilder-Weltmacht USA die Menschen in den Bann zieht, auch die Europäer. Diese Generation, die gerade von Europa entzogen wird, die wird das eines Tages zu einem schweren Vorwurf an die europäische Politik machen: Warum habt Ihr zugelassen, dass uns Europa langweilt?! Warum habt Ihr uns mit Politik vollgelabert, statt uns unseren herrlichen Heimatkontinent ans Herz zu legen und uns zu zeigen! Europa HAT eine Kulturgeschichte, HAT seine heutige Lebenskultur, HAT seine politische Kultur.

George Soros nennt es „The Open Society“. Gerade weil Amerika in letzter Zeit so versagt hat in der Darstellung seiner moralischen und politischen Werte, steht Europa heute in der Welt umso bedeutender da, ist umso mehr Vor-Bild.

Aber: Dieses Vorbild ist kraftlos, wenn es nicht mehr auf die Macht seiner eigenen Bilder vertraut! Die offene Gesellschaft wird niemanden mitreißen, hinreißen, begeistern, solange sie abstrakte Idee bleibt. Sie muss an Emotionen gebunden werden. Diese europäischen Emotionen liegen vor uns, man

kann sie geradezu greifen, die Europäer sehnen sich danach, aber man lässt sie links liegen und überlässt das Feld der Bilder weitgehend den anderen. Ich hoffe, man erkennt in Europa nicht zu spät, welches Schlachtfeld man da recht widerstandslos räumt.

Der vorliegende Text ist eine leicht gekürzte Fassung der Rede des Autors auf der Berliner Konferenz „Europa eine Seele geben“ im November 2006.

Wim Wenders ist Regisseur, Fotograf und Professor für Film an der Hochschule für Bildende Künste in Hamburg.

Wenn Europa nicht ein Phantom der Vergangenheit sein will, sollten wir uns an die alte Bedeutung von „Seele“ erinnern: Mut. Eine Seele für Europa bedeutet dann, sich neuen Herausforderungen zu stellen, besonders den verschiedenen Gesichtern des Islam, die meist europäisiert sind und das heutige Europa prägen. Und es kann seine Botschaft einer offenen und sich gegenseitig befruchtenden Gesellschaft in die Welt tragen.





Inge Feltrinelli

SWF

ERVI DE LUCA
MANTEGHI

DANIELE
LUTTAZZO
MOVIMENTO
IN ITALIA

MISTER
PSE 40

DAS ENDE DER NATIONALEN BILDUNGSBASTION

Behörden und Bildungseinrichtungen werden sich darüber bewusst, dass Veränderungen im Bildungssystem nicht im Korsett nationaler Grenzen stattfinden sollen und können. Europa rückt als international anerkannter Bildungsstandort zunehmend in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. *Von Guy Haug*



Bis Mitte der 80er Jahre war Bildung in der Tagesordnung der EU quasi unsichtbar, Bildungspolitik war eine nationale Angelegenheit, das Interesse reichte nicht einmal bis zu den Nachbarländern. Die erste Generation von Mobilitätsprogrammen der EU (Erasmus, Comett, Lingua und etwas später Tempus) brachte Bewegung in festgefahrene Traditionen: durch relativ weitläufige innereuropäische Mobilität haben sie die Bildungssysteme aus ihrer nationalen Isolation gelöst – zunächst im Hochschulwesen, später mit Socrates auch im Schulsystem –, wagten jedoch nicht, darauf hinzuweisen, dass Mobilität nur dann funktionieren könne, wenn die einzelnen Schul- und Bildungssysteme besser aufeinander abgestimmt würden.

Dieses Tabu wurde zum ersten Mal in den entscheidenden Erklärungen von Sorbonne (1998) und Bologna (1999) gebrochen, in denen ein hohes Konvergenzniveau (ohne Uniformierung) in der Hochschulbildung gefordert wurde. Der folgende Bologna-Prozess mit aktuell 45 teilnehmenden Staaten in ganz Europa hat neue Türen geöffnet. Später könnten diese neuen Perspektiven dank des Arbeitsprogramms „Education & Training 2010“ (E&T 2010), das die Konvergenz der Bildungssysteme aller EU-Länder im Sinne gemeinsamer europäischer Ziele vorsieht, auf andere Ebenen und Arten von Bildung erweitert werden.

Das Programm wurde von den europäischen Regierungschefs beim Gipfeltreffen in Lissabon verabschiedet, das im März 2000 einen Meilenstein für das Europa der Zukunft setzte: die EU formulierte das ehrgeizige Ziel, die weltweit fortschrittlichste Wissensgesellschaft zu werden, die bessere Jobs schaffen, soziale Integrität fördern und gleichzeitig nachhaltig und umweltfreundlich wirtschaften würde.

Zur selben Zeit räumte der Europäische Rat ein, dass die Lissabon-Strategie von einem grundlegenden Wandel im Sozialsystem (insbesondere in Beschäftigung und Bildung) sowie von einer besonderen Förderung von Wissenschaft und Innovation abhängig sein würde. Daraufhin

formierte sich ein Prozess, aus dem sich in weniger als zwei Jahren politisch gefärbte Aktionspläne entwickelten, die im Frühjahr 2002 in Barcelona vom Europäischen Rat verabschiedet wurden: Einerseits das erste EU-Arbeitsprogramm zur Förderung gemeinsamer Ziele der Bildungssysteme, inzwischen bekannt als E&T 2010. Andererseits eine Übereinkunft zur Notwendigkeit, die Investitionen für Forschung und Innovation von 1,9 auf drei Prozent bis 2010 nach oben zu schrauben.

Ein Rahmen für europäische Ziele

Das E&T-2010-Arbeitsprogramm ist als langfristiges Politikprojekt der EU und ihrer Mitgliedstaaten in europäischen Bildungseinrichtungen erstaunlich unbekannt. Dabei enthält es drei Innovationen von strategischer Bedeutung:

Erstens definiert das Programm eine Reihe gemeinsamer europäischer Ziele, an denen sich die Bildungspolitik und ihre Umsetzung auf nationaler Ebene orientieren sollten. Das ist eine Neuerung, die das Subsidiaritätsprinzip nicht untergräbt (nach dem die Mitgliedstaaten allein für Bildungspolitik und -strukturen zuständig sind), aber eine neue Dimension der Zusammenarbeit im Interesse jedes Landes und der Europäischen Union als Ganzem eröffnet. Das Aktionsprogramm betrifft alle Ebenen der Aus-, Fort- und Weiterbildung auch jenseits der formellen Bildungssysteme mit einer Perspektive, die auf lebenslanges Lernen ausgerichtet ist. Die 13 konkreten Ziele, die bis 2010

Die EU formulierte das ehrgeizige Ziel, die weltweit fortschrittlichste Wissensgesellschaft zu werden, die bessere Jobs schaffen, soziale Integrität fördern und gleichzeitig nachhaltig und umweltfreundlich wirtschaften würde.

umgesetzt werden sollen, knüpfen an die drei strategischen Ziele Qualität – Zugang – Offenheit an. Dabei wurden zu jedem Punkt konkrete Aktionsmaßnahmen formuliert und Indikatoren erarbeitet, die den Fortschritt beurteilen:

Education & Training 2010: Drei strategische Richtlinien

Höhere Qualität und Effizienz der Bildungssysteme

- bessere Ausbildung von Lehrkräften
- Orientierung an den Anforderungen einer Wissensgesellschaft
- garantierter Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT)
- Förderung technischer Studiengänge
- effizientere Ausschöpfung vorhandener Ressourcen.

Leichter Zugang zu allen Bildungssystemen

- Schaffung eines offenen Lernambientes
- Lernen attraktiver machen
- Förderung einer aktiven Bürgerschaft und des sozialen Zusammenhalt.

Öffnung der Bildungssysteme nach außen

- stärkere Verknüpfung von Lernen mit Arbeit, Forschung und Gesellschaft
- Förderung von Unternehmergeist und Fremdsprachenunterricht
- bessere Mobilität und Austausch
- stärkere europäische Zusammenarbeit (innerhalb von Europa und weltweit).

Zweitens wollten die Minister nicht nur der „Einladung“ des Europäischen

Rates für eine engere Zusammenarbeit folgen: Sie untermauerten ihre Absichten mit großer Eigeninitiative und schraubten die Ziele zwecks Qualitätssteigerung und internationalem Ansehen als „Hort der Qualität“ noch höher. Sie unterstrichen zudem, dass Europa – das seinen Status als beliebtestes Ziel ausländischer Studierender längst an die USA abgeben musste – bis 2010 wieder zur ersten Wahl bei Studenten, Professoren und Forschern aus anderen Weltregionen avancieren sollte. Diese Statements signalisieren eine Kehrtwende in der Bildungspolitik und haben Politiker ermutigt, die europäische und internationale Dimension kultureller, sozialer und bildungspolitischer Herausforderungen im Rahmen des Arbeitsprogramms stärker zu beachten. Das E&T-2010-Arbeitsprogramm sollte den Weg für folgende Ziele ebnen:

- ein hohes Qualitätsniveau, das Europa in Sachen Bildungssysteme und -einrichtungen zum weltweiten Maßstab für Qualität und Relevanz macht
- eine ausreichende Vereinbarkeit der europäischen Bildungssysteme, um größere Mobilität zu schaffen und so die Vielfalt in Europa vom Nachteil zum Vorteil zu machen
- realistische Aussichten für alle, die in Europa jegliche Art von Bildung genießen haben, auf dem europäischen Arbeitsmarkt oder von weiterführenden Bildungsmaßnahmen zu profitieren
- Zugang aller Europäer zu lebenslangen Bildungsmöglichkeiten in ganz Europa
- ein Europa, das offen für Kooperationen mit anderen Weltregionen und bis 2010 beliebtestes Ziel mobiler

Studenten, Stipendiaten und Forscher wird.

Drittens haben sich die Mitgliedstaaten zum ersten Mal in der Geschichte der EU auf europäische Ziele im Bildungsbereich festgelegt und die Dokumentation ihrer entsprechenden Fortschritte zugesagt.

Fünf quantitative Ziele wurden für die EU als Ganzes definiert. Sie betonen die Fortschritte, die dank abgestimmter Bemühungen bis 2010 erreicht werden sollten und darauf zielen, die Zahl der Schulabbrecher zu reduzieren, grundlegende Wissenslücken zu schließen, die Abneigung gegen wissenschaftliche und technologische Fächer abzubauen, die Quote von Hochschulabsolventen oder die Teilnahme an weiterbildenden Angeboten zu erhöhen. Dennoch ist es nicht gelungen, sich auf ein Mindestniveau der Bildungsausgaben zu einigen, etwa auf einen Prozentsatz des Bruttoinlandsprodukts.

Europäische Zielsetzungen („benchmarks“)

- Schulabschluss: bis 2010 sollte der Anteil junger europäischer Schulabbrecher auf unter zehn Prozent gedrückt werden
- Mathematik, Naturwissenschaften und Technologie: die Zahl der Diplomanden in diesen Fächern sollte EU-weit bis 2015 um mindestens 15 Prozent gehoben und die Frauenquote erhöht werden
- höhere Schulbildung: bis 2010 sollten mindestens 85 Prozent der 22-jährigen EU-Bürger eine Sekundarbildung abgeschlossen haben
- Grundausbildung: bis 2010 sollte der

Die Mitgliedstaaten haben sich zum ersten Mal in der Geschichte der EU auf europäische Ziele und deren Dokumentation im Bildungsbereich festgelegt.

Anteil der 15-jährigen mit unzureichenden Lesekenntnissen im Vergleich zum Jahr 2000 um mindestens ein Fünftel reduziert werden

- lebenslanges Lernen: bis 2010 sollten durchschnittlich mindestens 12,5 Prozent der arbeitenden EU-Bürger zwischen 25 und 64 Weiterbildungsmaßnahmen in Anspruch nehmen.

Diese Zielsetzungen („benchmarks“) erlauben jedem EU-Land und der EU als Ganzem sich am europäischen Durchschnitt und mit den internationalen Spitzenreitern zu messen (vergleichbar mit dem PISA-Projekt der OECD, das Lese- und EDV-Kenntnisse in verschiedenen Ländern vergleicht). Der Abstand zu den Zielen und der Fahrplan für den Erfolg unterscheiden sich von Land zu Land. Aber die „benchmarks“ sind nicht nur technische Instrumente zur Unterstützung von Reformen: sie treffen eine klare politische Aussage, da ein erfolgreicher Auftritt der EU als Ganzes von den Anstrengungen aller in allen Ländern abhängt – Aspekte, die man bislang in der EU nicht mit Bildung und Ausbildung in Verbindung brachte.

Schulbildung

Die Liste der vereinbarten europäischen „benchmarks“ offenbart die Konzentration des Bildungsprogramms 2010 auf die Schulbildung. Es umfasst aber auch Qualitätsförderung und Attraktivität der Berufsausbildung als Teil des Kopenhagen-Prozesses. Mehrere Arbeitsgruppen haben Experten und Entscheidungsträger zusammengebracht, um die größten Defizite in der Schulbildung und in Schlüsselbereichen zu definieren (Mängel bei

der Lehrerausbildung, die Definition von Kernkompetenzen in einer Wissensgesellschaft, die optimale Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien, die Förderung der Naturwissenschaften, die Verbesserung von Beratertätigkeiten und Führungskräften, das Ausarbeiten eines schlüssigen Qualifikationsrahmens, angemessene Autonomie der Schulen etc.). Die Maßnahmen haben einen gegenseitigen Lerneffekt: Schlüsselfragen und die Effizienz politischer Maßnahmen können im Ländervergleich erläutert und ausgewertet werden.

Am besten lässt sich der Prozess an einem Meilenstein im Bildungssystem erkennen: die Definition der Rolle von Lehrkräften und deren Ausbildung. Für diesen Bereich interessierte sich eine der Arbeitsgruppen, die im Rahmen des Bildungsprogramms 2010 gebildet wurden. Im Licht der neuen Herausforderungen an die Lehrkräfte (sei es in der Vorschule, in der Grund- oder weiterführenden Schule sowie in der technischen, beruflichen oder fachlichen Ausbildung) hat sich aus dem Dialog zwischen den EU-Mitgliedern und Akteuren aus dem Bildungssektor eine neue Vision für die kommenden Jahrzehnte herauskristallisiert. Sie basiert auf einem neuen europäischen Profil, das sich an den Schlüsselqualifikationen der Zukunft orientiert. Lehrkräfte sollten einen Hochschulabschluss vorweisen, lebenslang lernen und einen Teil ihrer Ausbildung im Ausland absolvieren. Unter den Schlüsselqualifikationen, über die jeder Lehrer verfügen sollte, stehen drei hervor: die Fähigkeit, mit Wissen, Informationen und Technologien umzugehen; soziale Kompetenz (im Umgang mit Schülern, Kollegen und anderen Partnern); das Vermögen, mit und in der Gesellschaft zu

arbeiten – auf lokaler, regionaler, nationaler, europäischer und globaler Ebene. Diese Prinzipien dienen als Richtlinie für einen zukunftsweisenden Dialog und Reformvorhaben in jedem Land und jeder Institution, indem sie Interessenvertretern und Entscheidern einen überarbeiteten, offenen, dynamischen und europaweiten Bezugsrahmen bieten.

Universitäten: Höhere Bildung und Forschung

Auf Universitätsebene, sei es in Bezug auf Hochschulbildung, Forschung oder Innovation, ist die Feststellung wichtig, dass die EU-Agenda für die Modernisierung der Universitäten als Teil der Lissabon-Strategie nunmehr mit dem strukturellen Wandel im Zuge des Bologna-Prozesses übereinstimmt und ihn so verstärkt. Die Ziele, die dem Bologna-Prozess zugrunde liegen (Arbeitsfähigkeit, effizientes Lernen, Mobilität) sind gleichzeitig Kernpunkte der EU. Bologna bedient sich diverser Instrumente, die als Teil von EU-Programmen entwickelt wurden, etwa die ECTS Credits oder das ENQA-Netzwerk für Qualitätssicherungsagenturen. Im Gegenzug unterstützen diverse EU-Aktivitäten den Bologna-Prozess, sei es durch neue oder wieder aufgelegte Programme wie Erasmus Mundus oder Marie Curie, oder das E&T-2010-Arbeitsprogramm. Bestärkt wird der Prozess durch den grenzüberschreitenden Vergleich von Lehrplänen und Kernkompetenzen in verschiedenen Fächern („Tuning“-Programm) oder die Empfehlung zur Stärkung der Zusammenarbeit von Qualitätssicherungsagenturen.

Daraus wird ersichtlich, dass nicht nur die strukturellen Reformen den Zielset-

zungen des Bologna-Prozesses entsprechen, sondern dass die EU sich für eine weiterführende und tiefere Modernisierung der Hochschulbildung und Forschung einsetzt. Diese Tatsache verleiht der traditionellen Rolle der EU eine politische Dimension in Hochschulfragen (bei der Zusammenarbeit und Mobilitätsprogrammen) sowie in der Forschung und Innovation (bei der Reihe der Rahmenprogramme). Die Agenda der EU für die Modernisierung der Hochschullandschaft wurde durch das Arbeitsprogramm E&T 2010 ermöglicht. Es wurde in zwei wichtigen Mitteilungen der Europäischen Kommission auf den Weg gebracht:

2005 bekannte „Mobilising the brainpower of Europe“ den Rückstand europäischer Universitäten in Bezug auf Zugang, Image und Bedeutung. Die Mitteilung stellte die Hauptgründe für die Fragmentierung, Unterfinanzierung und Überregulierung heraus und skizzierte einen Plan zur Umsetzung der Lissabon-Strategie an den Universitäten. Es setzt einen Schwerpunkt auf folgende Reformlinien: die Renovierung der Lehrpläne und Forschungsprogramme an Universitäten; eine klarere Abgrenzung von Institutionen; bessere Verwaltungsmodelle für Systeme und Institutionen; größere Investitionen in Hochschulwesen und Forschung, die einer konkurrenzstarken und schnelllebigen Wissensgesellschaft gerecht werden. Diese Prioritäten wurden vom Europäischen Rat gefördert, der zu weiteren Initiativen der Stärkung und Modernisierung im Hochschulsystem auffordert.

Die EU formulierte das ehrgeizige Ziel, die weltweit fortschrittlichste Wissensgesellschaft zu werden, die bessere Jobs schafft, soziale Integrität fördert und gleichzeitig nachhaltig und umweltfreundlich wirtschaften würde.

2006 veröffentlichte die Kommission als Antwort auf den Antrag des Europäischen Rats eine weitere Mitteilung, „Delivering on the modernisation agenda of European universities“. Zum wiederholten Mal wurde festgehalten, dass das enorme Potenzial europäischer Universitäten in Regulierungswut und anderen Hürden erstickt. Um das Wissensreservoir, die Talente und die vorhandene Energie voll auszuschöpfen, ist ein unmittelbarer, tiefgreifender und koordinierter Wandel vonnöten: Die Regulierung der Hochschulsysteme muss gelockert, ihr Management und ihre Verwaltung den aktuellen Erfordernissen angepasst werden. Jede Einrichtung sollte eine ihrem Land oder ihrer Region angemessene Mischung aus Bildung, Forschung und Innovation finden. Das erfordert eine differenzierte Herangehensweise. Ziel ist es, die Rolle der europäischen Universitäten in der globalen Wissensgesellschaft zu stärken.

Nur so kann Europa wirtschaftlich mithalten und Lehre und Forschung auf ein Spitzenniveau heben. Das Papier stellt auch eine kurze Liste von Kernmaßnahmen auf, die überall umgesetzt werden sollten: mehr Autonomie und Verantwortung der Universitäten; effizientes Management von Ausgaben und größere Verantwortlichkeit für eine nachhaltige universitätsinterne Finanzierung; die Überarbeitung nationaler Studiengebühren und Förderungsstrukturen mit dem Ziel, Zugangs- und Erfolgchancen aller qualifizierten Studenten unabhängig von ihrer Herkunft zu erhöhen; die flexiblere und interdisziplinäre Gestaltung von Stundenplänen, um so die Ansprüche der Erwerbstätigen sowie einer alternden Bevölkerung in Europa zu erfüllen; eine höhere Zahl von Studenten, die mindestens ein Semester im

Ausland oder in der Industrie absolvieren; die Möglichkeit, studentische Darlehen auch über Ländergrenzen hinaus in Anspruch zu nehmen; die Anerkennung akademischer Abschlüsse zu erleichtern; eine Ausbildung im Umgang mit geistigem Eigentum, Unternehmertum und Teamwork als Teil einer wissenschaftlichen Karriere etc. Diese Änderungen in der Schul- und Weiterbildung und Forschung markieren eine neue Ära. Seit der Verabschiedung des Arbeitsprogramms E & T 2010 haben sich Bildung, Forschung und Innovation allmählich aus ihrem stiefmütterlichen Dasein gelöst und sind zu Anliegen der europäischen Tagesordnung avanciert.

Während die politischen Maßnahmen im Sinne des Subsidiaritätsprinzips in diesem Feld weitgehend unter der Obhut nationaler Regierungen bleiben, erörtert man sie neuerdings im Rahmen einer neuartigen Zusammenarbeit und macht sich für gemeinsame europäische Ziele stark.

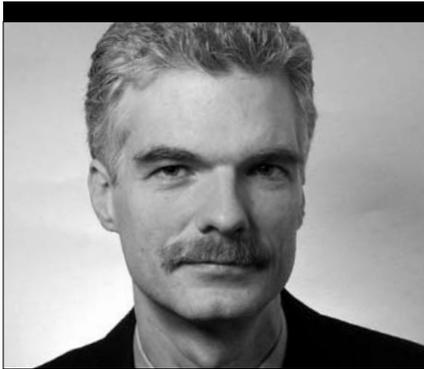
Aus dem Englischen von Jenni Roth

Guy Haug ist unabhängiger Experte für europäische und internationale Bildungspolitik mit Schwerpunkt auf der Hochschulpolitik. Er hat entscheidend bei der Gestaltung des Bologna-Prozesses mitgewirkt. Zudem hat er für die Europäische Kommission die Zielsetzungen für Hochschulen im Rahmen der Lissabon-Strategie mit ausgearbeitet.

Quellenangaben

Alle Dokumente, auf die hier Bezug genommen wird, können nachgelesen werden unter: (Aus-)Bildung (http://ec.europa.eu/education/policies/2010/et_2010_en.html); Forschung/Innovation (<http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/i23010.htm>); Lissabon Strategie und Bologna Prozess (<http://www.bologna-bergen2005.no>).

LERNEN MIT DER ZEIT Ein Lehrer würde sich nach einer Zeitreise aus den 50er Jahren in die Gegenwart weiter zurechtfinden. Ein Chirurg hingegen wäre hilflos angesichts neuer Technologien. Hat die Schule Reformen nicht nötig oder hinkt sie dem künftigen Gesellschaftsmodell hinterher? Während Asien im OECD-Vergleich aufholt, erkennen die Europäer erst allmählich, dass Schule auch soziale Kompetenzen vermitteln muss. *Von Andreas Schleicher*



Bildung spielt seit Menschengedenken eine wichtige Rolle. Warum aber wird Bildung gerade heute zum zentralen Schlüssel für die europäischen Staaten, und zwar nicht nur für den Erfolg des Einzelnen, sondern auch für Wohlstand und Wettbewerbsfähigkeit der Staaten insgesamt? Klar ist, dass sich die Rahmenbedingungen der menschlichen Lebens- und Arbeitswelt grundlegend verändert haben. In der Industriegesellschaft bis in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts waren Märkte stabil, der Wettbewerb national ausgerichtet, Organisationsformen hierarchisch. In der Wissensgesellschaft sind Märkte dynamisch, der Wettbewerb global und Organisationsformen vernetzt. In der Industriegesellschaft basierten Wachs-

tumsimpulse auf Mechanisierung und Wettbewerbsvorteile auf „economies of scale“. Heute kommen Wachstumsimpulse aus Digitalisierung und Miniaturisierung, Wettbewerbsvorteile beruhen auf Innovation und Zeitnähe. In der Industriegesellschaft war das Firmenmodell der Einzelbetrieb, heute sind es flexible Allianzen der Mitbewerber. In der Industriegesellschaft war Vollbeschäftigung das politische Ziel, heute ist es „employability“: Menschen dazu befähigen, ihren Horizont in einer sich ständig verändernden Gesellschaft zu erweitern. In der Industriegesellschaft hatten Berufsprofile eine klare Identität im berufsspezifischen Kontext und formale Qualifikationen waren der Schlüssel zum Erfolg. Heute sind es Konvergenz, Transformation und lebensbegleitendes Lernen.

Neue Technologien haben diese Entwicklungen entscheidend mitbestimmt, wie Thomas Friedmann in seinem Buch „The world is flat“ anschaulich beschreibt, dessen Überlegungen dieser Artikel an vielen Stellen widerspiegelt: Seit den 80er und 90er Jahren konnten Menschen dank PC ihre Arbeit in digitaler Form verfassen; das World Wide Web begann Informationen, die bis dahin verstreut auf Computern gespeichert waren, zu organisieren, zu systematisieren und vor allem global zugänglich zu

machen. Und schließlich boten Produkte wie Word, Excel oder PayPal Standards für vernetztes Arbeiten. Gleichzeitig führte die Deregulierung in der Telekommunikationsbranche zur „dot-com bubble“: Investoren zahlten Milliarden an die Telekommunikationsunternehmen, die sich ihrerseits hohe Gewinne erhofften und in Kommunikationstechnologie und Glasfaserkabel investierten, um die Staaten und Kontinente zu vernetzen. In der Folge sanken die Kosten für Telefon und Internet so drastisch, dass viele der Technologiefirmen, die für die weltweite Vernetzung gesorgt hatten, selbst an dieser Entwicklung zugrunde gingen. Aber die vernetzte Welt, niedrige Kommunikationskosten und die Verbreitung neuer Technologien ermöglichten neue Formen der globalen Zusammenarbeit.

Es folgte der Börsencrash in der Technologiebranche, der entgegen landläufiger Auffassung die Globalisierungsprozesse jedoch nicht abgeschwächt, sondern erst richtig angefacht hat. Die Firmen fingen an zu sparen und versuchten, ihre Produkte billiger zu produzieren. In einer technologisch vernetzten Welt ergaben sich vielfältige Möglichkeiten, einfache Produktionstätigkeiten oder Serviceleistungen in Länder wie China oder Indien zu verlagern. Die europäischen Staaten standen plötzlich im Wettbewerb mit Staaten, die einfache Qualifikationen zu erheblich niedrigeren Kosten anboten. In Europa begann die Arbeitslosigkeit unter gering qualifizierten Menschen zu steigen. Andere Wirtschaftsbereiche verschwanden komplett, weil die Informationstechnologie sie überflüssig machte. Natürlich profitieren die europäischen Staaten auch von der Globalisierung, insbesondere durch die Erschließung großer

neuer Absatzmärkte. Jedoch hieß das für Europa im Wesentlichen nur steigende Nachfrage nach Menschen mit hohem oder mittlerem Qualifikationsniveau, denn die Arbeitsplätze für einfache Tätigkeiten blieben in den Abnehmerländern.

Natürlich schaffen technologische Neuerungen alleine noch keine Produktivitätsfortschritte. Aber deren Nutzung ermöglicht neue Arbeitsstrukturen, Arbeits- und Verhaltensweisen. Im Ergebnis entstand dadurch um die Jahrtausendwende eine globale Plattform, die es Nutzern überall auf der Welt ermöglichte, Wissen auszutauschen, mit anderen Menschen zu kommunizieren, zu arbeiten oder zu konkurrieren. Personen, Firmen oder auch Staaten rund um den Globus konnten im Rahmen von komplexen Ketten kooperieren und am globalen Wettbewerb teilnehmen. Als Folge dieser Entwicklungen kann jede Arbeit und jede Dienstleistung, die irgendwie zerlegbar und digitalisierbar ist, heute vom besten und effizientesten Anbieter überall auf der Welt durchgeführt werden. Eine große Herausforderung für die Gesellschaften Europas liegt allein darin, dass sich drei Milliarden Menschen in Ländern wie China, Indien, Russland und Osteuropa oder Brasilien, die bis vor Kurzem von der globalen Gemeinschaft ausgeschlossen waren, weil sie in hierarchischen und vertikalen politischen und wirtschaftlichen Strukturen lebten, dank technologischer Möglichkeiten heute aktiv in die vernetzte Welt einbringen können. Der Kollaps der Sowjetunion, Indiens Abkehr von einer nach innen gerichteten autarken Wirtschaft und Chinas wirtschaftliche Öffnung haben die globale Gesellschaft und Wirtschaft über Nacht auf sechs Billionen Menschen erweitert.

Sicher dominiert China heute nur den Produktionsbereich, aber der Wettbewerb durch niedrige Fertigungskosten ist für China lediglich ein Übergang. Die längerfristige Strategie Chinas ist es, den Wettbewerb gegen die westlichen Industriestaaten nicht am unteren, sondern am oberen Ende der Leistungspalette zu gewinnen, und dazu setzt China konsequent auf Bildungsinvestitionen.

Die PISA-Resultate Hongkongs, die von keinem westlichen Staat übertroffen werden, geben uns schon heute einen Eindruck davon, was China eines Tages – bei einer weiteren politischen Öffnung – leisten könnte. Auch erste Pilotstudien selbst in ärmeren westlichen Regionen Chinas zeigen ein PISA-Leistungsniveau, das zumindest im Fach Mathematik mit Europa mithält. Diese Veränderungen hin zu einer globalen Wissensgesellschaft haben entscheidenden Einfluss auf die Bildungslandschaft. Im Folgenden werden diese kurz skizziert, um so Handlungsfelder und sich daraus ergebende Herausforderungen aufzeigen zu können.

Bildungspolitisches Nachsehen?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten zur Bewertung des vorhandenen Bestands an Kenntnissen und Fähigkeiten einer Bevölkerung. Meist wird der jeweils höchste erreichte Bildungsabschluss der Erwachsenenbevölkerung gemessen, wobei dieses Maß lediglich formale Qualifikationen berücksichtigt, deren Aussagekraft über die Qualität der Bildung an sich begrenzt ist und zudem nur bedingt international vergleichbar ist. Legt man einen solchen quantitativen Vergleichsmaßstab zugrunde, so zeigen etwa Veränderungen der Abschlussquoten bei den Universitäts-

abschlüssen im Zeitverlauf deutlich, wie die Bildungssysteme in der industrialisierten Welt in den letzten Jahrzehnten ausgebaut wurden: In den 60er Jahren lag Deutschland bei den Abschlussquoten im Universitätsbereich gut im Mittelfeld der OECD-Staaten. In den 70er Jahren holten jedoch viele Staaten auf, in den 80er Jahren ging der dynamische Aus- und Umbau der tertiären Bildungssysteme weiter und in den 90er Jahren legten einige Staaten noch einmal deutlich zu. Korea als Land, das in den 60er Jahren das Bruttoinlandsprodukt von Afghanistan erwirtschaftete, ist von einem der letzten Plätze im OECD-Vergleich in die internationale Leistungsspitze vorgestoßen. Deutschland dagegen ist auf den 23. Platz unter den 30 OECD-Staaten zurückgefallen – nicht, weil die Hochschulbeteiligung in Deutschland zurückgegangen ist, sondern weil sowohl die universitäre als auch die nichtuniversitäre tertiäre Bildungsbeteiligung in so vielen Staaten in diesem Zeitraum so viel schneller gestiegen ist.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, dass die europäischen Staaten heute nicht mehr mit Schwellenländern konkurrieren, die geringe Qualifikationen zu geringen Kosten anbieten, sondern mit Ländern wie China oder Indien, die mehr und mehr nach Spitzenqualifikationen streben. In der Vergangenheit konnten die Bildungssysteme Europas sich auf sich selbst beziehen, in einer vernetzten Welt dagegen muss die nationale Sichtweise durch eine globale Sichtweise ergänzt werden, und man muss sich darüber im Klaren sein, dass unzureichende Bildungsinvestitionen sinkende Lebensqualität bedeuten, sowohl für den Einzelnen als auch für Staaten, die am Übergang in die Wissensgesellschaft scheitern. Die

OECD-Indikatoren zeigen, dass für Absolventen des Tertiärbereichs die Arbeitsmarktbeteiligung deutlich höher und das Arbeitslosigkeitsrisiko deutlich geringer ist als für Personen ohne Tertiärabschluss, insbesondere in späteren Lebensjahren. Ebenso gilt, dass in allen OECD-Staaten in den 90er Jahren mindestens die Hälfte der Zunahme des Bruttoinlandsprodukts pro Kopf auf einen Anstieg der Arbeitsproduktivität und damit im Wesentlichen auf ein besseres Bildungsniveau zurückzuführen ist.

Es gibt auch keine Anzeichen, dass der dynamische globale Ausbau des tertiären Bildungssystems zu einer „Inflation“ der Qualifikationen führt. Ganz im Gegenteil, unter den Staaten, in denen der Anteil der 25- bis 64-Jährigen mit tertiären Abschlüssen seit 1995 um mehr als fünf Prozentpunkte gestiegen ist – Australien, Dänemark, Frankreich, Irland, Japan, Kanada, Korea, Spanien oder England – haben die meisten Staaten sinkende Arbeitslosenquoten sowie steigende Einkommensvorteile unter den Tertiärabsolventen verzeichnet. In Deutschland stieg der Einkommensvorteil einer tertiären Ausbildung zwischen 1998 und 2003 von 30 auf 53 Prozent, auch dies ein wichtiger Indikator dafür, dass die Nachfrage nach Spitzenqualifikationen deutlich schneller gewachsen ist als das Angebot.

Völlig falsch wäre es, aus der steigenden Zahl von Spitzenkräften in Län-

Korea als Land, das in den 60er Jahren das Bruttoinlandsprodukt von Afghanistan erwirtschaftete, ist von einem der letzten Plätze im OECD-Vergleich in die internationale Leistungsspitze vorgestoßen. Deutschland dagegen ist auf den 23. Platz unter den 30 OECD-Staaten zurückgefallen.

dern wie China oder Indien auf eine sinkende Nachfrage nach höheren Qualifikationen in Europa zu schließen, unter der Annahme eines Nullsummenspiels: Eine Arbeitskraft, die ein wissensbasiertes Produkt schafft, etwa ein Buch oder eine Dienstleistung als Berater, kann ihr Produkt an umso mehr Menschen verkaufen, je größer der Markt ist. Deswegen werden die Chancen für die gut Gebildeten weiter steigen, während die Risiken für Menschen mit unzureichender Ausbildung zunehmen.

Lernen fürs Leben

Unstrittig ist auch, dass sich strategische Zielsetzungen für Bildungsreformen nicht auf den quantitativen Ausbau der Bildungssysteme beschränken dürfen – nach dem Motto: Mehr vom Gleichen. Kurzichtig wäre es auch, Bildungssysteme nach dem gegenwärtigen Arbeitskräftebedarf, und damit in die Vergangenheit, auszurichten. Viele der erfolgreichen Bildungssysteme orientieren sich heute an der traditionellen Ausbildung. Sie zielt darauf ab, den gegenwärtigen Qualifikationsbedarf des Arbeitsmarkts abzudecken, um strategisch in die weiterführende Bildung junger Menschen zu investieren. Nur so lernen diese, ihren eigenen Horizont beständig zu erweitern und den wirtschaftlichen und sozialen Wandel der Gesellschaft aktiv zu gestalten.

Die wichtigste Herausforderung für Bildung ist, Menschen darauf vorzubereiten, aktiv und selbstbestimmt an der Gesellschaft teilzuhaben und sie mitzugestalten, und dabei unterschiedliche Dimensionen des Handelns – kognitive, moralische und soziale – in ihrer eigenen Bedeutung zu

sehen und zu nutzen. Die OECD geht von drei Kategorien von zukunftsweisenden Schlüsselkompetenzen aus, die ein breites Spektrum an Unterrichtsinhalten voraussetzen und etwa sozialen oder musischen Kompetenzen ähnliche Bedeutung einräumen wie kognitiven: Zunächst treten Menschen mit der Welt durch kognitive, soziokulturelle und physische Medien und Mittel in Verbindung. Diese Art der Interaktion bestimmt, wie sie die Welt deuten und Kompetenzen darin erwerben. Das allein garantiert aber nicht den Erfolg junger Menschen. Die Globalisierung ist heute nicht mehr primär eine Frage der Interaktion von Staaten, wie in den vergangenen Jahrhunderten, oder eine Frage der Interaktion multinationaler Unternehmen, wie in den letzten Jahrzehnten, sondern zunehmend eine Frage, wie sich der Einzelne konstruktiv in die Wissensgesellschaft einbringen kann. Voraussetzung dazu sind Kompetenzen, mit denen Menschen sich in einer sich beständig verändernden Welt immer wieder neu positionieren, eigenständig und verantwortungsbewusst handeln. Mit denen sie aktiv an verschiedenen Lebensbereichen teilnehmen und mitgestalten, Rechte, Interessen, Grenzen und Bedürfnisse erkennen und verantwortlich wahrnehmen. Und anhand derer sie individuellen Plänen und Projekten einen größeren Bezugsrahmen verleihen. Drittens müssen Menschen in der Lage sein, tragfähige Beziehungen aufzubauen, zu kooperieren und in Teams zu arbeiten, mit Konflikten umzugehen und sich in multikulturellen und pluralistischen Gesellschaften konstruktiv einzubringen. Die zunehmende Heterogenität ist nicht ein Problem, sondern ein Potenzial der Wissensgesellschaft.

Natürlich müssen sich derartige nor-

mative Festlegungen an ihren Implikationen in der Wirklichkeit messen. Wenn man, wie eingangs beschrieben, davon ausgeht, dass in einer globalen vernetzten Welt jede Arbeit, die digitalisierbar ist, überall auf der Welt verfügbar ist – und das bedeutet beim gegenwärtigen Lohnniveau oft außerhalb von Europa – dann muss man im Umkehrschluss fragen, welche Tätigkeitsfelder für Europas Zukunft bleiben: Welche Arbeiten lassen sich nicht ohne weiteres digitalisieren, automatisieren oder outsourcen? Welche Kompetenzen sind für diese Tätigkeiten nötig und wie lassen sie sich bewerten?

Im Bereich der ersten der drei oben genannten Kompetenzklassen legen Schulen traditionell großes Gewicht auf analytische Fähigkeiten, mit denen fachliche Probleme zerlegt und dann gelöst werden. Auf der anderen Seite wird immer deutlicher, dass die großen Durchbrüche und Paradigmenwechsel heute meist dann entstehen, wenn es gelingt, verschiedene Aspekte oder Wissensgebiete, zwischen denen Beziehungen zunächst nicht offensichtlich sind, zu synthetisieren. Beispiele sind der Sozialarbeiter in der Schule oder der Computerspezialist, der das menschliche Genom systematisiert und gemeinsam mit Pharmaunternehmen die gewonnenen Erkenntnisse in neue Medikamente umsetzt. Die Fähigkeit zur Synthese verschiedener Gebiete wird an Bedeutung

Die Fähigkeit zur Synthese verschiedener Gebiete wird an Bedeutung gewinnen, da sie sich nicht ohne weiteres digitalisieren oder automatisieren lässt.

gewinnen, da sie sich nicht ohne weiteres digitalisieren oder automatisieren lässt.

Je komplexer die Arbeitswelt wird, und je mehr der Umfang kodifizierten Wissens zunimmt, umso mehr werden außerdem Menschen an Bedeutung gewinnen, die die Komplexität nicht nur verstehen, sondern gleichzeitig in die Sprache anderer Fachgebiete übersetzen können und damit für Menschen anderer Fachrichtungen und oft im lokalen Kontext verständlich machen. Dazu gehört wesentlich auch die Fähigkeit, Informationen sinnvoll zu filtern, relevante Informationen von weniger relevanter Information zu unterscheiden etc.

Bei der zweiten Kompetenzklasse kann man beobachten, dass in unserer Gesellschaft nicht mehr Generalisten oder Spezialisten die entscheidende Rolle spielen werden, sondern Menschen, die zwischen diesen beiden Ebenen vermitteln.

Natürlich sind Generalisten mit einem großen Wissensradius und transversalen Handlungsspielraum weiter wichtig. Auch Spezialisten werden innerhalb ihrer Profession weiterhin Anerkennung finden. In einer komplexen, sich verändernden Welt kommt es jedoch zunehmend auf die Fähigkeit an, sich vertieftes Fachwissen in neuen Zusammenhängen zu erwerben, den eigenen Horizont durch lebensbegleitendes Lernen beständig zu erweitern, neue Rollen einzunehmen und sich ständig neu zu positionieren. Vor diesem Hintergrund muss auch der Erfolg der deutschen Berufsausbildung neu bewertet werden: Die duale Berufsausbildung als Alternative zur akademischen Ausbildung genießt international hohe Anerkennung für die wirksame Integration junger Menschen in den Arbeitsmarkt. Jedoch steht dem Erfolg des dualen Sys-

tems zu Beginn des Arbeitslebens ein stetig wachsendes Arbeitslosigkeitsrisiko in späteren Lebensjahren gegenüber. Offenbar gelingt es besagten Absolventen weniger, sich später den rasch wandelnden Anforderungen der Arbeitswelt anzupassen. Die Gründe sind offensichtlich: Jedes Gehalt spiegelt sowohl die transversalen wie auch arbeitsplatzspezifischen Fähigkeiten wieder. Geht ein Arbeitsplatz verloren, weil sein berufsspezifisches Aufgabenprofil nicht mehr benötigt wird – etwa weil Technologien dieses Profil ersetzen –, dann haben Menschen mit diesem berufsspezifischen Aufgabenprofil einen schweren Stand. Selbst wenn sie einen neuen Job mit einem neuen Aufgabenbereich finden, wird der neue Arbeitgeber nur die transversalen Fähigkeiten vergüten, während spezielle Fähigkeiten, die am neuen Arbeitsplatz nicht mehr zur Geltung kommen, sich zumindest im Gehalt nicht niederschlagen werden.

Im Bereich der dritten Kompetenzklasse verlangen komplexere Wirtschaftsbeziehungen und Handelsketten, dass Menschen komplexe Prozesse innerhalb ihres Arbeitsfeldes und zwischen verschiedenen Arbeitsfeldern im Zusammenspiel mit anderen Menschen und Gruppen wirksam orchestrieren. Ebenso gewinnen interpersonelle Kompetenzen an Bedeutung, mit denen globale Prozesse, Produkte oder Dienstleistungen im jeweiligen lokalen Kontext personalisiert werden.

Wie leistungsfähig China oder Indien auch immer sein werden – auch in Europa haben in diesem Sinne gut ausgebildete Menschen in Zukunft gute und wachsende Chancen.

Erfolgreiche Bildungssysteme legen nahe, dass eine systemisch verankerte, tief greifende Verbesserung der Unter-

richtsqualität nicht auf mehr Vorgaben beruht, sondern auf wirksame Anreize, mit denen Lehrer und Schulen von- und miteinander lernen und die ihnen Entwicklungsperspektiven bieten.

Vielfalt wird hier nicht mit institutioneller Fragmentierung und Selektionsmechanismen beantwortet, sondern mit einem konstruktiven Umgang mit den verschiedenen Fähigkeiten, Interessen und sozialen Kontexten. Angesichts der wachsenden Komplexität moderner Bildungssysteme kann ein einzelner Bildungsminister nicht die Probleme von Zigtausenden Schülern und Lehrern lösen. Wohl aber können Zigtausend Schüler und Lehrer die Probleme des einen Bildungssystems lösen, wenn sie vernetzt an der Lösung der Probleme arbeiten und das Bildungssystem die dazu notwendigen Vernetzungs- und Unterstützungsstrukturen bietet.

Deshalb muss das Arbeitsfeld Schule in eine wissensbasierte Profession verwandelt werden, in der nicht nur Wissen von oben nach unten vermittelt wird, sondern in der die Beteiligten selbst aktiv in die Gestaltung der Bildungseinrichtungen eingebunden sind und um die Wirkungen ihres Handelns wissen. Was wissen Eltern wirklich darüber, was und wie unsere Kinder lernen? Wie profitiert ein Lehrer im Klassenzimmer von den Erfahrungen des Lehrers im Nachbarklassenzimmer? Was weiß die Schule vom Umgang der Nachbarschule mit ähnlichen Problemen? Wo könnte Deutschland heute stehen, wenn Kompetenz im Bildungssystem wirksam vernetzt wäre? Oft ist die Schule für Eltern eine „black box“, oft stehen Lehrer als Einzelkämpfer vor den Problemen im Klassenzimmer, meist bleiben Lehrpläne, Rückmelde- und Unterstützungssysteme

unzureichend verknüpft.

Moderne Bildungssysteme müssen sich die Frage stellen, wie sie Wissen nicht bloß vermitteln, sondern als Motor für Entwicklung und Innovation dienen. Es gibt kaum ein Unternehmen, das einen so hohen Anteil hoch qualifizierter Menschen beschäftigt wie das Bildungssystem. Aber dieses Potenzial wird heute oft nur zur Vermittlung vorgefertigter Lehrpläne genutzt, nicht aber als gestaltende Kraft im Bildungssystem. Stellen Sie sich einmal einen Chirurgen und einen Lehrer aus den 60er Jahren vor, die eine Zeitreise in das Jahr 2006 machen. Der Chirurg, der zu seiner Zeit mit dem im Studium erarbeiteten Wissen und einem Instrumentenkoffer als Einzelperson erfolgreich sein konnte, ist heute in eine dynamische Profession eingebettet. Er arbeitet an einem hoch technologisierten Arbeitsplatz, den er nur als Teil eines komplexen Teams bewältigen kann. Der Chirurg wird schnell erkennen, dass ein Zeitsprung über ein halbes Jahrhundert unmöglich ist. Der Lehrer der 60er Jahre findet sich vermutlich noch zurecht, weil sich das Arbeitsumfeld Schule und die dahinter stehenden Anreiz- und Unterstützungssysteme vergleichsweise wenig verändert haben.

Das Arbeitsumfeld Schule kann man kurzfristig durch die Festlegung von Bildungsstandards und Verantwortungsmechanismen verändern, längerfristig aber nur durch eine stärkere Professionalisierung der Bildungseinrichtungen. Oftmals genießen Lehrer in Deutschland zwar eine gute Erstausbildung, aber man lässt sie danach als Einzelkämpfer allein im Klassenzimmer, ohne ihre fortlaufende Professionalisierung zu unterstützen. Länder wie Frankreich haben vorwiegend

auf die Zentralisierung von Bildungsprozessen gesetzt, das aber letztlich auf das Ausführen von Vorschriften beschränkt. Das mag ein sinnvoller Schritt zu Mindeststandards und mehr Kohärenz im Bildungsangebot sein, bindet die Beteiligten aber nur unzureichend ein, um hier wirklich weiterzukommen. England war mit zentralen Gestaltungsinstrumenten recht erfolgreich, ein wissensreiches Berufsfeld zu schaffen, in dem Bildungsstandards, Unterstützungs- und Rückmeldesysteme eng mit der Arbeit der Lehrer verknüpft wurden. Langfristiges Ziel und Merkmal der heute erfolgreichsten Bildungssysteme ist es aber, Professionalisierung und eine wissensreiche Arbeitsumgebung zu verknüpfen, und damit sowohl eine gute Lernumgebung als auch ein attraktives Arbeitsumfeld für zukünftige Lehrer zu schaffen. Das zeichnet Länder wie Finnland, Japan oder Kanada, die beim PISA-Vergleich gute Bildungsleistungen und eine ausgewogene Verteilung von Bildungschancen erzielten, aus. Diese Länder können einen Orientierungsrahmen für zukünftige Anstrengungen bieten. Die Herausforderungen dafür sind groß:

Traditionell lernen deutsche Schüler im Rahmen von Lehrplänen, die Bildungsinhalte detailliert festschreiben. Maßstab für Erfolg ist dann die Akkumulation von Fachwissen, nicht die Verankerung von

Erfolgreiche Bildungssysteme legen nahe, dass eine systemisch verankerte, tief greifende Verbesserung der Unterrichtsqualität nicht auf mehr Vorgaben beruht, sondern auf wirklichen Anreizen, mit denen Lehrer und Schulen von- und miteinander lernen und die ihnen Entwicklungsperspektiven bieten.

anschlussfähigem Wissen und die Vermittlung effektiver Lernstrategien, und genau das spiegelt sich in den PISA-Ergebnissen wider. Je mehr Menschen jedoch heute Eigenverantwortung für ihre Karriereplanung sowie wirtschaftliche und soziale Absicherung übernehmen müssen, umso mehr müssen Schulen nicht nur notwendiges Fachwissen vermitteln, sondern die Fähigkeit zur Veränderung stärken; jungen Menschen das Rüstzeug mit auf den Weg geben, ihr Wissen aktiv zu nutzen und zu erweitern.

Dafür brauchen wir Schulen, die sich weniger an fachbezogenen Lehrplänen und dafür mehr an strategischen Bildungszielen orientieren und Lehrer, die diese Ziele verbindlich, kreativ und individuell in Lernmethoden für den einzelnen Schüler umsetzen können, indem sie Lernpfade individualisieren und Schüler dabei unterstützen, durch eigenständiges Denken und Handeln selbstständig und kooperativ zu lernen. Nur wer klare Erwartungen hat, diese in Form von strategischen Bildungszielen formuliert und den Entscheidungsträgern und Handelnden – Schulen, Lehrern, Schülern und Eltern – auch vermitteln kann, wird zur Leistungsbereitschaft motivieren. Deutschlands Schulen nutzen Klassenarbeiten und Zensuren vorwiegend zur Kontrolle, etwa um Leistungen zu zertifizieren und den Zugang zu weiterer Bildung zu rationieren. Die Zukunft aber braucht moderne Evaluation und motivierende Leistungsrückmeldungen, die Vertrauen in Lernergebnisse schaffen, und mit denen Lernpfade entwickelt, individualisiert und begleitet werden können.

Das deutsche Bildungssystem setzt auf frühe Auslese im Rahmen des dreigliedrigen Schulsystems und damit verbun-

den auf einförmigen Unterricht in leistungshomogenen Lerngruppen. Schüler mit besonderen Bedürfnissen, etwa mit Migrationshintergrund, werden dabei oft auf Schulformen mit niedrigeren Anforderungen abgeschoben, in denen der Staat Jugendliche ohne Perspektive auf die Arbeitslosigkeit vorbereitet. Erfolgreiche Bildungssysteme dagegen gründen auf einem konstruktiven und individuellen Umgang mit Leistungsunterschieden und Begabungen, mit dem Ziel, Schülern durch individuelle Förderung Perspektiven für die Gestaltung ihrer eigenen Zukunft zu eröffnen. Die verschiedenen Interessen und Fähigkeiten müssen als Potenzial der Wissensgesellschaft wahrgenommen werden. Schließlich sind Lehrer und Schulen in Deutschland oft nur die letzte ausführende Instanz eines komplexen Verwaltungsapparates. In Zukunft wird sich die Relevanz und Effizienz dieser Verwaltung, ob Kommunen, Länder oder Bund, daran messen müssen, wie gut sie die Schulen beim Erreichen vereinbarter Bildungsziele unterstützt und welchen zusätzlichen Wert sie selber schöpft, also über das hinaus leistet, was die Schule als selbständige und pädagogisch verantwortliche Einheit leisten kann. Die viel diskutierte Frage, wie Verantwortung zwischen Bund und Ländern aufzuteilen ist, ist dabei irrelevant. Wir brauchen ein Arbeitsumfeld für Lehrer, dessen Attraktivität und Ansehen nicht allein auf dem Beamtenstatus beruht, sondern auf Kreativität, Innovation und Verantwortung, ein Arbeitsumfeld, das sich durch mehr Differenzierung im Aufgabenbereich, bessere Karriereaussichten, eine Stärkung der Verbindungen zu anderen Berufsfeldern, mehr Verantwortung für Lernergebnisse und bessere Unterstüt-

zungssysteme auszeichnet.

In Deutschland hört man oft das Argument, all das sei mit den heutigen Lehrern nicht möglich und es müsse sich zunächst die Lehrerausbildung ändern, bevor sich die Schulen ändern. Ein Vergleich mit der Wirtschaft zeigt die Absurdität dieser Argumentationsweise: In den 70er Jahren stellte Nokia, die Mobiltelefonfirma im PISA-Siegerstaat Finnland, noch Autoteile her. Wo stünde Nokia heute, wenn man damals gesagt hätte, man würde gerne in der Hochtechnologie arbeiten, aber die Ingenieure könnten das nicht? Deshalb müsse man warten, bis die Ingenieure in Pension sind, dann neue Ingenieure ausbilden, erst dann könne man etwas Neues schaffen. Dieses Schema prägt heute das Bildungssystem. Andere Staaten dagegen haben ein Arbeitsumfeld Schule mit der Schule als Lernorganisation geschaffen, mit professionellem Management, das sich durch interne Kooperation und Kommunikation, etwa in den Feldern strategische Planung, Qualitätsmanagement, Selbstevaluation und Weiterbildung auszeichnet, aber auch durch Dialog nach außen mit den verschiedenen Interessengruppen, vor allem mit den Eltern.

Je mehr Menschen heute Eigenverantwortung für ihre Karriereplanung sowie wirtschaftliche und soziale Absicherung übernehmen müssen, umso mehr müssen Schulen nicht nur notwendiges Fachwissen vermitteln, sondern die Fähigkeit zur Veränderung stärken.

Natürlich stehen moderne Schulen heute vor hohen Anforderungen und Widersprüchen. Man erwartet Innovation und Flexibilität und verschafft ihnen dazu wachsende Freiräume für die Gestaltung der Lernumgebung. Auf der anderen Seite erwartet man Verlässlichkeit in den Ergebnissen und Risikominimierung. Es gibt Ansätze, Lernen zu individualisieren durch neue Unterrichtsformen und vielfältigere Bildungswege. Auf der anderen Seite müssen sich moderne Bildungseinrichtungen aber als vernetzte Lernorganisationen entwickeln und Chancengerechtigkeit sichern. Die Rolle interpersoneller Kompetenzen wird zunehmend betont, zertifiziert werden meist jedoch nur Einzelleistungen von Schülern.

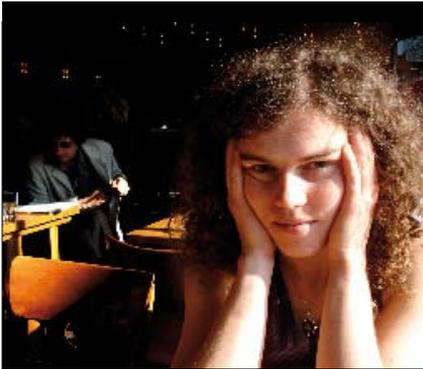
Die Ergebnisse von Bildungsprozessen werden zunehmend anhand kognitiver Leistungen bewertet, während Eltern heute wachsende Erwartungen an Schulen haben, die weit über kognitives Lernen hinausgehen. Dennoch zeigen die Erfahrungen vieler Staaten – aber auch vieler erfolgreicher deutscher Schulen – dass eine hohe Qualität von Bildungsleistungen sowie eine ausgewogene Verteilung von Bildungschancen durchaus in überschaubaren Zeiträumen erreicht werden können.

China und Indien werden ihre Bildungsanstrengungen konsequent ausbauen und haben den entscheidenden Vorteil, dass sie sich an den Erfahrungen der westlichen Welt orientieren können. Für diese Länder ist die Zukunft relativ klar, sie werden in einigen Jahren viele der Kompetenzen einbringen, die das Leben heute in Deutschland und Europa prägen. Für die Länder Europas, die jahrhundertlang an der Spitze bildungspolitischer Entwicklungen agierten, bleibt die Zu-

kunft ungewiss. Sie werden nur bestehen, wenn sie die Zukunft mit all ihren Unwägbarkeiten erfolgreich definieren. Dafür ist es notwendig, über die Optimierung des bestehenden Bildungssystems hinaus strategische Perspektiven für Bildungsreformen zu schaffen und über die Transformation der dem eigenen Bildungssystem zugrunde liegenden Schul- und Systemfaktoren nachzudenken. Davon bleibt der bildungspolitische Diskurs in Deutschland, aber auch in vielen anderen europäischen Staaten, trotz vieler Reformen weit entfernt.

Andreas Schleicher ist Statistiker und Bildungsforscher und leitet bei der Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) die Abteilung für Indikatoren und Analysen im Direktorat für Bildung. Er ist internationaler Koordinator des Programm for International Student Assessment (PISA-Studien). 1993 bis 1994 arbeitete er für die International Association for Educational Achievement in den Niederlanden. 1994 wechselte er als Projektmanager an das Centre for Educational Research and Innovation (CERI) der OECD nach Paris. Ab 1995 konzipierte er dort die PISA-Studien.

STUDIERN OHNE GRENZEN? Grenzüberschreitend studieren war bisher nur eine große Vision. Die Bologna-Erklärung und der Lissabon-Prozess waren erste Meilensteine für eine transparentere und vergleichbarere europäische Hochschullandschaft. Von einer perfekt funktionierenden studentischen Mobilität kann dennoch noch nicht die Rede sein. *Von Franziska Mucbe*



2010 ist die magische Zahl, ja beinahe ein Mantra in Brüsseler Kreisen: Bis 2010 sollen die Bologna-Reformen überall abgeschlossen sein; bis 2010 soll Europa „zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt“ geworden sein und europäische Bildung eine „weltweite Qualitätsreferenz“. Die Superlative hat man nach und nach klammheimlich unter den Tisch fallen lassen – nun ist die Rede davon, eine dynamische und wettbewerbsfähige Wissensgesellschaft zu werden. Und dass es eigentlich schon zu spät ist, diese Ziele zu erreichen.

Auch wenn ihre wortwörtliche Umsetzung unwahrscheinlich ist: Mantras sind manchmal nötig und wichtig, um so mehr in einem Bereich, in dem die europäischen

Institutionen nur stark begrenzte Kompetenzen haben und viel Diplomatie nötig ist, um die Dinge zu bewegen. Ein solches Mantra ist ausgesprochen „praktisch“ als Einleitung und Begründung für Ausschreibungen, Projektvorschläge, Programme usw. Insofern hat es seinen Sinn – auch wenn jeder weiß, dass die Autoren der konkreten Ziele den Mund vielleicht (bewusst?) etwas voll genommen hatten. In der weiteren europäischen Agenda, dem Lissabon-Prozess, ist Bildung nur ein Teilbereich. Dahinter stehen vor allem arbeitsmarktpolitische und wirtschaftliche Beweggründe und Europas allgemeine Stellung in der Welt. Um diese Stellung zu verbessern, muss die Bildung ihren Teil beitragen: sie soll qualitativ hochwertiger und effektiver werden, allgemein zugänglich und weltweit attraktiv.

Was passiert tatsächlich im Euroland? Wie weit ist die Integration im Hochschulbereich fortgeschritten, und wie wirkt sich dies auf Mobilitätsstrukturen aus? Grundsätzlich kann man zwei Entwicklungen beobachten:

Erstens hat sich die europäische Hochschullandschaft seit der Verabschiedung der Bologna-Erklärung 1999 stark verändert. Ebenso bemerkenswert wie die objektiven Veränderungen ist dabei ein zunehmender Mentalitätswandel – weg von einer reinen „Austauschmentalität“

hin zur „Bologna-Mentalität“ gemeinsamer Strukturen.

Zweitens hat sich der Schwerpunkt der Bologna- und Lissabon-Prozesse weitgehend hin zur Strukturreform verlagert, während er in den Anfängen der Europäisierung der Hochschulbildung auf der Mobilitätsförderung lag.

Der Weg nach Bologna

Der Bologna-Prozess wird häufig als europäischer Integrationsprozess in der Hochschulbildung dargestellt und insofern mit den europäischen Institutionen – gemeinhin unter „Brüssel“ zusammengefasst – in Verbindung gebracht. Dabei kommt es allerdings oft zu mehreren Missverständnissen:

Bologna sprengt längst die Grenzen der EU. Aus 29 Unterzeichnerstaaten sind mittlerweile 45 geworden – unter anderem Russland, Georgien und der Vatikan, mit dem, streng genommen, sämtliche katholischen Hochschulen weltweit dem Bologna-Prozess angehören.

Im engeren Sinn haben die europäischen Institutionen nichts mit dem Bologna-Prozess zu tun: im Bildungsbereich liegen fast alle Kompetenzen bei den Mitgliedstaaten. Bologna ist ein intergouvernementaler Prozess, aus Brüsseler Sicht also ein „bottom-up“-Prozess, auch wenn er von den Hochschulen selbst oft als „top-down“ – da von der Regierungsebene initiiert – empfunden wird.

Bologna ist nur ein Rahmenwerk. So gibt es keine Vorschriften etwa für die Einführung dreijähriger Bachelorprogramme und zweijähriger Masterstudiengänge. Eine solche Regelung kann von Regierungen einzelner Mitgliedstaaten bindend eingeführt werden, muss aber nicht.

Alles begann mit der Unterzeichnung zweier Erklärungen – 1998 an der Sorbonne, 1999 in Bologna. Durch einen klar gesetzten Zeitplan (bis 2010) und regelmäßige Nachfolgekonferenzen (in Prag, Berlin, Bergen und 2007 in London) wurde Bologna zu einem Prozess mit klar gesteckten Zielen und Elementen. Bologna verfolgt eine interne und eine externe Agenda: einerseits ist dies durchaus die europäische Integration im Hochschulbereich sowie eine verbesserte Vorbereitung von Hochschulabsolventen für den europäischen Arbeitsmarkt. Andererseits soll die Attraktivität europäischer Hochschulbildung weltweit verstärkt werden.

Zur Erreichung dieser Ziele setzt man auf eine Reihe von Elementen: am bekanntesten ist wohl die Vereinheitlichung der Hochschulabschlüsse in Bachelor, Master und Doktor. Hand in Hand damit gehen die Einführung des „Europäischen Systems zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen“ (ECTS), des Diplomzusatzes (Diploma Supplement) sowie eine Verbesserung der gegenseitigen Anerkennung von Studienleistungen und die Förderung von Qualitätssicherung und Akkreditierung auf verschiedenen Ebenen. Aus dem Zusammenspiel dieser Elemente sollen eine erhöhte Transparenz der Hochschulsysteme, Qualität und gegenseitiges Vertrauen entstehen. Das große Ziel, vor allem seit der letzten Ministerialkonferenz in Bergen, ist die Schaffung eines Europäischen Qualifikationsrahmens, in dem aus all diesen Elementen auf Lernergebnissen aufbauende Referenzpunkte für jedes Bildungsniveau definiert werden.

Wo stehen die einzelnen Länder und Hochschulen Europas nun im Bologna-Prozess? Der zweijährliche Trends-Report

verfolgt diese Entwicklung. Die letzten Daten stammen aus dem Frühjahr 2005. Der Trends-Report und andere Studien zum Bologna-Prozess zeigen folgende Tendenzen:

- Fast alle Länder haben zumindest mit der Einführung eines Bachelor-Master-Systems begonnen. Der Stand der Einführung kann allerdings stark variieren, so ist der Prozess etwa in den Niederlanden oder in Norwegen abgeschlossen, während er in Spanien oder Frankreich gerade erst beginnt;
- Die meisten Hochschulen benutzen ECTS und stellen einen Diplomzusatz aus;
- Europäische Qualitätsstandards, ein Register von Qualitätsagenturen und ein Europäisches „Quality Label“ sind in Planung;
- 36 von 45 Unterzeichnerstaaten haben die Lissabon-Erklärung über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region ratifiziert;
- Hochschulen haben sich die Reform zu eigen gemacht: im Vergleich mit früheren Studien wird Bologna nicht mehr als „von oben oktroyiert“ empfunden;
- Obwohl in vielen Fällen die Reformen zur Lösung existierender Probleme herangezogen wurden, gibt es immer noch viel ungenutztes Potential (z. B. ein bloßes Umbenennen von Studienabschnitten);
- In vielen Fällen behindern mangelnde Hochschulautonomie und fehlende finanzielle Mittel die Umsetzung der Reformen.
Alles in allem ist eine zunehmende

Konzentration auf die Reformagenda zu beobachten: in Brüsseler Kreisen spricht man immer weniger von Bologna und immer mehr von der „Education-and-Training-2010“-Agenda, dem bildungsbezogenen Teil des Lissabon-Prozesses oder von Hochschulreformen.

Was ist nun der Platz der Mobilität in alldem? Grundsätzlich ist Mobilitätsförderung eines der Ziele und „Aktionslinien“ des Bologna-Prozesses. Einige der Strukturreformen sollen Mobilität zwischen verschiedenen europäischen Ländern und Hochschulen sowie nach Europa erleichtern, zum Beispiel: vergleichbare Abschlüsse, übertragbare Studienleistungen durch ECTS, verbesserte Anerkennung von Studienleistungen sowie der Diplomzusatz.

Das Ziel der Mobilitätsförderung steht allerdings im Widerspruch zu einer häufig geäußerten Befürchtung: nämlich der, dass zumindest die Kurzzeitmobilität unter den straffer organisierten Studiengängen leiden könnte. Die folgenden Abschnitte werden sich näher mit studentischer Mobilität in der EU und mit dem Einfluss des Bologna-Prozesses auf diese Mobilität befassen.

Wo studiert Europa?

Studentische Mobilität hat in der EU mittlerweile eine lange Geschichte: Erste Initiativen gehen auf verschiedene Abkommen über die Anerkennung von Studienleistungen und Abschlüssen in den 50er Jahren zurück. Die Schaffung des Erasmus-Programms 1987 war ein Meilenstein, der neuen Schwung in die Förderung studentischer Mobilität brachte. Ursprüngliches Ziel des Programms war, zehn Prozent aller Studierenden Europas

für eine begrenzte Zeitspanne zu einem Auslandsstudium in einem anderen europäischen Land zu bewegen. Oft wird das Erasmus-Programm als „Systemprovokation“ bezeichnet: erst die Notwendigkeit, sich mit der Eingliederung Studierender aus den verschiedenen Ländern Europas auseinanderzusetzen – sowie mit der Anerkennung und Übertragbarkeit ihrer Studienleistungen –, ebnete den Weg für die späteren Strukturreformen im Rahmen des Bologna-Prozesses. Parallel zu den europäischen Initiativen haben sich auch verschiedene Akteure auf nationaler und zum Teil regionaler Ebene für die studentische Mobilität engagiert – mit Stipendien- und Austauschprogrammen, Hochschulmarketing etc.

Wie viele „internationale“ Studierende gibt es nun in Europa? Wie steht es mit der innereuropäischen Mobilität, wie viele Nichteuropäer wählen den Kontinent als Studienziel? Dies sind hochrelevante Fragen, die leider bisher nur ungenügend beantwortet sind.

Zunächst einmal muss zwischen verschiedenen Arten von Mobilität unterschieden werden:

- Innere europäische Mobilität und zwischen Drittstaaten und Europa: Ersteres ist im Zusammenhang mit der europäischen Integration im Bildungsbereich interessant, letzteres mit der Attraktivität des europäischen Hochschulraums insgesamt;
- „Free mover“ und organisierte Mobilität: Ersteres bezieht sich auf individuell mobile Studierende, letzteres auf Mobilität im Rahmen von Austausch- und Stipendienprogrammen, bi- und multilateralen Abkommen, Doppeldiplomprogrammen etc.;

- Vertikale und horizontale Mobilität: Ersteres bezieht sich auf Mobilität für volle Studiengänge mit dem Ziel, einen Abschluss zu erwerben, letzteres auf zeitlich begrenzte Mobilität ohne formellen Abschluss im Ausland.

Wie ist nun die Datenlage zu studentischer Mobilität in Europa? Was kann man zu den einzelnen „Mobilitätskategorien“ sagen? Die Academic Cooperation Association (ACA) hat 2004/05 in Zusammenarbeit mit dem International Centre for Higher Education Research Kassel (INCHER) eine Studie zur studentischen Mobilität in 32 europäischen Ländern durchgeführt.¹ Die Studie, Eurodata, ist ein erster Versuch, europäische Mobilitätsdaten zu bündeln und einen Gesamtüberblick zu geben. Dies ist allerdings nur begrenzt möglich, da die verfügbaren Daten zum Teil kaum vergleichbar sind.

Die einzelnen EU-Mitgliedstaaten definieren und messen den Anteil internationaler, ausländischer oder mobiler Studierender auf verschiedene Art und Weise. Mal wird differenziert, ob Studierende tatsächlich mobil sind (d.h. das Land der vorhergehenden Qualifikation ist ausschlaggebend), mal geht es nach Nationalität; mal wird Mobilität im Rahmen organisierter Programme mitgezählt, mal nicht. Die Unterschiede sind zum Teil gravierend: der Anteil ausländischer Studierender, die vor Aufnahme ihres Studiums bereits im Studienland leben, also Bildungsinländer, liegt bei bis zu 40 Prozent. Hinzu kommen teilweise beachtliche Zahlen von Studierenden mit einem einheimischen Pass, die vor Aufnahme des Studiums im Ausland gelebt haben – also mobil sind. Auch separate Daten

für Bachelor- und Masterstudenten sind in den meisten Fällen nicht verfügbar: diese Fallen in dieselbe „Studienniveau-kategorie“. Auch viele kurzzeitig mobile Studierende finden höchstwahrscheinlich ihren Weg in die Statistiken nicht.

Eine ACA-Studie² liefert einen Überblick über existierende Daten von Eurostat, OECD und UNESCO; sie nimmt eine Reihe von Ländern mit einer relativ kompletten Datenlage unter die Lupe und zeigt die genannten Probleme beim Ermitteln europäischer Mobilitätszahlen auf. Gesamteuropäische Aussagen können bisher nur zur Zahl ausländischer Studierender, also der Inhaber eines ausländischen Passes, gemacht werden (nur zehn der 32 untersuchten Länder erheben Daten zur studentischen Mobilität im engeren Sinne).

Folgende Tendenzen zeichnen sich dabei ab:

- Weltweit gibt es über zwei Millionen ausländische Studierende;
- Davon studieren rund 1,1 Millionen in den 32 untersuchten europäischen Ländern, 54 Prozent davon sind Nichteuropäer;
- Frankreich, Deutschland und Großbritannien sind Zielland für 60 Prozent aller internationalen Studierenden;
- Insgesamt studieren 575.000 Studierende aus den 32 untersuchten europäischen Ländern im Ausland (drei Prozent). 80 Prozent davon studieren in einem anderen europäischen Land, weitere 13 Prozent studieren in den USA. Zielländer der meisten europäischen Studierenden (zusammen etwa 40 Prozent) sind Deutschland und Großbritannien.

Die häufigsten Herkunftsländer sind Deutschland, Frankreich, die Türkei und Griechenland;

- Die größten Gruppen von Europäern, die in einem anderen europäischen Land studieren, kommen aus Griechenland und Deutschland (jeweils über vier Prozent) sowie Frankreich (vier Prozent);
- Die größte Gruppe nichteuropäischer Ausländer kommt aus Asien (allein sechs Prozent aus China), die nächstgrößte aus Afrika. Die größten Gruppen ausländischer Studierender in einzelnen europäischen Ländern sind chinesische und griechische Studierende in Großbritannien und türkische und chinesische Studierende in Deutschland;
- 13 europäische Länder nehmen mehr ausländische Studierende auf als sie aussenden: die großen Länder (Deutschland, Frankreich, Spanien und Großbritannien) sowie Österreich, Belgien, die Schweiz, Tschechien, Dänemark, Ungarn, die Niederlande, Portugal und Schweden. Großbritannien hat den niedrigsten Anteil mobiler nationaler und ausländischer Studierender: auf zehn ausländische Studierende in Großbritannien kommt nur ein britischer Student im Ausland.

Für das Ziel der europäischen Integration sind diese Zahlen eine gute Neuigkeit – Europa scheint ein für die Europäer attraktiver Studienort zu sein. Auch was die weltweite Anziehungskraft Europas betrifft, klingt es gut, sagen zu können: Europa als Gesamthochschulraum liegt als Studienziel sogar knapp vor den USA. Bei genauerer Betrachtung ist das Bild

allerdings weniger rosig: das tatsächlich attraktive Europa besteht aus drei Ländern, von ausgeglichenen Mobilitätsflüssen, sowohl innerhalb als auch nach Europa, kann nicht die Rede sein.

Allgemein kann man davon ausgehen, dass die Programmmobilität nur einen kleinen Bruchteil der Gesamtzahlen ausmacht: die allermeisten mobilen Studenten sind „Free movers“. In den vergangenen Jahren ist viel spekuliert worden, wie sich die Einführung der neuen Hochschulabschlüsse auf studentische Mobilität auswirken wird – welche Art der Mobilität wird begünstigt, welche möglicherweise erschwert? Damit beschäftigt sich der folgende Abschnitt.

Studieren bewegt

Im Herbst 2001 gab es ein Jubiläum, das in den Korridoren der Europäischen Kommission ausgiebig gefeiert wurde: der (oder die) millionste Erasmusstudent(in) hatte sein/ihr Auslandsstudium angetreten (wer genau er oder sie nun war, konnte aufgrund der dezentralisierten Datenverarbeitung zum Leidwesen der Feiernden nie ermittelt werden). Bei den Jubiläumsfeiern wurde dann gleich das nächste hehre Ziel gesetzt: bis 2010 sollten drei Millionen Erasmusstudenten erreicht werden. Angesichts diverser Budgetkürzungen scheint dieses Ziel nun in weite Ferne gerückt – und nicht nur deshalb. In Europas Hochschulen, auf Konferenzen und Seminaren wird kräftig spekuliert: immer wieder kommt die Frage auf, ob

Bei genauerer Betrachtung ist das Bild allerdings weniger rosig: das tatsächlich attraktive Europa besteht aus drei Ländern, von ausgeglichenen Mobilitätsflüssen – sowohl innerhalb als auch nach Europa – kann nicht die Rede sein.

die verkürzten und gestrafften Studienzeiten einen Auslandsaufenthalt nicht erschweren. Verschiedene Modelle werden erwogen, um einem möglichen Rückgang entgegenzuwirken – integrierte Auslandsaufenthalte, Doppeldiplome und anderes.

Gleichzeitig gilt das mehr oder weniger offene Ziel der europäischen Akteure, vertikale Mobilität zu fördern: Studierende sollen zunehmend ihren Bachelor an einer Hochschule erwerben und den Master an einer anderen, am besten im Ausland. So soll die innereuropäische Mobilität gefördert und auch die Zulassung nichteuropäischer Studierender in ein höheres Studienniveau erleichtert werden.

Diese Entwicklung entspricht nun aber nicht unbedingt dem Ziel der Hochschulen und des akademischen Personals: laut einer Studie von Alesi, Bürger, Kehm und Teichler erwarten Hochschulen, dass zwischen zwei Dritteln und 90 Prozent der Bachelorstudenten für einen Masterstudiengang an der Hochschule verbleiben. Dies zeugt erstens von einer immer noch mangelnden Wertschätzung des Bachelors als berufsqualifizierendem Abschluss; zweitens sind gute Masterstudenten (und eventuell künftige Doktoranden) natürlich begehrt und sollen aus Sicht der Hochschulen und des akademischen Personals nicht unbedingt ihre eigenen Wege gehen.

Eine weitere Schwierigkeit ist das Gewicht, das der Dauer der Studiengänge beigemessen wird: die Anerkennung von Dreijahres-Bachelors ist nicht immer eine Selbstverständlichkeit, sowohl außerhalb von Europa (Beispiel USA) als auch an europäischen Hochschulen. In vielen Ländern hat die Einführung der Bologna-reformen zu einer theoretisch stärkeren

Durchlässigkeit von Universitäten und Fachhochschulen geführt. In der Praxis soll dies jedoch häufig durch verschärfte inhaltliche Anforderungen erschwert werden, die sehr eng auf dem Bachelorprofil einer bestimmten Hochschule aufbauen. Dies ist vielleicht für die Qualitätshüter beruhigend – mobilitätsfördernd ist es nicht. In vielen Fällen, wie zum Beispiel in der Diskussion der US-amerikanischen Hochschulen um die Akzeptanz des Dreijahres-Bachelors, zeichnet sich früher oder später eine stärkere Wertung von Inhalten und Resultaten, statt von der Studiendauer ab. Aber der Weg dahin ist für Europa noch lang.

Grundsätzlich kann ein langsamer Mentalitätswandel beobachtet werden: während vor einem Jahrzehnt Internationalisierung noch mit Erasmus gleichgesetzt wurde (und in einigen Ländern/Hochschulen noch wird), geht es nun mehr und mehr um andere Themen. Bologna³ ist eines davon, die Steigerung von Qualität und internationaler Attraktivität ein anderes. Internationalisierung wird von mehr und mehr Hochschulen als Strukturprozess angesehen und in das Gesamtprofil der Hochschulen integriert. Mobilität, früher das hohe Ziel der Internationalisierung, wird dabei zum Teilbereich und Werkzeug des Internationalisierungsprozesses.

All dies sind Spekulationen und Diskussionen. Gibt es schon konkrete Beobachtungen des Einflusses von Bologna auf studentische Mobilität? Die Antwort ist ein „jein“: zwar hat der DAAD 2005 eine Studie in Auftrag gegeben, die „transnationale Mobilität“ in Bachelor- und Masterstudiengängen in elf europäischen Ländern untersucht. Allerdings kann, aufgrund fehlender Zeitreihen und der oben erläuterten unge-

nügenden Datenlage, auch diese Studie nur Tendenzen und Vermutungen untersuchen und nicht konkrete Ergebnisse.

Die Ergebnisse der Studie legen nahe, dass die Befürchtungen eines negativen Einflusses der neuen Studienstrukturen auf Mobilitätszahlen unbegründet sind. Nur in Deutschland und Ungarn teilt etwa die Hälfte der Befragten diese Sorge. Als wichtigste Maßnahmen zur Sicherung und Förderung von Mobilität wurden ein größeres Gewicht auf Auslandsphasen und eine verbesserte gegenseitige Anerkennung von Studienleistungen genannt. Im Gegensatz zu Spekulationen und Brüsseler Wunschträumen erwarten zwei Drittel der Befragten keine Zunahme der vertikalen Mobilität (Bachelor im Inland, Master im Ausland).

Heißt das nun, das doch alles anders kommt, als man dachte, spekulierte oder befürchtete? Für eine endgültige Antwort auf diese Frage ist es noch zu früh. Die Zeit wird sie bringen – vorausgesetzt, die Datenerfassungsmechanismen werden europaweit durch folgende, in der Eurodata-Studie vorgeschlagene Maßnahmen verbessert:

- Erfassung von Mobilitätsdaten im engeren Sinne und nicht nur der Nationalität der Studierenden (mit anderen Worten, eine Unterscheidung in Bildungsinländer und Bildungsausländer)
- volle Erfassung von begrenzten Studienzeiten im Ausland (mindestens ein Semester)
- Differenzierung zwischen Bachelor- und Masterstudierenden
- Verbesserung der Datenerfassung für Doktoranden und andere Postgraduierte.

Mobilität, früher das hohe Ziel der Internationalisierung, wird zum Teilbereich und Werkzeug des Internationalisierungsprozesses.

Diese Maßnahmen ermöglichen es, über europäische Mobilitätsflüsse und den Einfluss der Bologna-Reformen auf studentische Mobilität nicht nur zu spekulieren. Der Weg dahin ist aber noch weit.

Ein weites Feld, ein langer Weg?

Der Bologna-Prozess wird, vor allem innerhalb der europäischen Institutionen, immer mehr als Werkzeug angesehen, um andere, weniger abstrakte, ergebnisorientiertere Ziele zu erreichen. Dazu gehört die Lissabon-Agenda, die im Zusammenhang mit dem Bildungsbereich steht und den europäischen Arbeitsmarkt fördern soll. 2006 wurde zum „Jahr der Mobilität der Arbeitnehmer“ gekürt, die allgemein noch als ungenügend angesehen wird. Nur etwa 1,5 Prozent der EU-Bürger leben und arbeiten in einem anderen Mitgliedsland – eine Zahl, die sich laut Eurostat in den letzten 30 Jahren kaum verändert hat.

Mangelnde Motivation und Gelegenheiten, ungenügende Information sowie zahlreiche administrative Hürden stehen einer tatsächlichen Mobilität auf dem Arbeitsmarkt immer noch im Wege.

Die Lage spitzt sich noch weiter zu, wenn es um die Mobilität von Nicht-EU-Bürgern innerhalb des europäischen Arbeitsmarkts geht. Dabei ist die Möglichkeit, Arbeitserfahrung zu sammeln, von höchster Relevanz für nichteuropäische Studierende: erst damit wird ein europäischer Abschluss in ihren Heimatländern wirklich wertvoll.⁴

Kurz und gut: es gibt noch viel zu tun auf der Baustelle des europäischen Bildungsraums. Nichtsdestoweniger ist vieles in Bewegung, vieles hat sich bereits

verändert, verkrustete Strukturen werden aufgebrochen. Dabei hat sich in den letzten Jahren und Monaten ein weiterer Schritt ergeben.

Theorie und Praxis

Seit der Bologna-Erklärung 1999 war die Attraktivität europäischer Hochschulbildung und ihre Stellung in der Welt ein wichtiges Thema – konkret geschehen aber war lange nichts, zu beschäftigt waren die europäischen Länder mit der internen Umsetzung der Reformen. Auch die EU-Programme hatten – bis auf einige, meist bilaterale Programme mit anderen Ländern und Regionen – einen vornehmlich innereuropäischen Fokus. In jüngster Zeit hingegen steht zunehmend Europas Stellung in der Welt im Rampenlicht. Eine Manifestation dieser Neuorientierung ist die Einrichtung einer Arbeitsgruppe zur Erarbeitung einer konkreten Strategie für die Förderung der Außendimension des Bologna-Prozesses. Eine weitere ist das Erasmus-Mundus-Programm, ein gut dotiertes Stipendienprogramm, mit dem außereuropäische Studierende einen Master an mindestens zwei europäischen Hochschulen absolvieren können. Offenes Ziel des Programms ist, Profil und Stellung der Hochschulbildung in der EU weltweit zu verbessern. Hinzu kommen von verschiedenen EU-Ländern gemeinsam organisierte und von der EU-Kommission geförderte europäische Bildungsmessen, eine EU-Ausschreibung für die Konzeption eines europäischen Hochschulmarketings sowie verschiedene Aktivitäten auf nationaler und institutioneller Ebene.

Bologna selbst geht über die EU weit hinaus, und hat weltweit vielerorts für

Interesse gesorgt. Um nur einige Beispiele zu nennen:

- Die Projekte Tuning Latin America und 6x4 fördern an Bologna angelehnte Strukturreformen an Lateinamerikas Hochschulen;
- Die australische Regierung hat ein Konsultationspapier herausgegeben, das hervorhebt, wie wichtig es für australische Hochschulen ist, nicht den Anschluss an die Entwicklungen im europäischen Bildungsraum zu verlieren;
- Zwölf Mittelmeeranrainerstaaten haben die sogenannte Catania-Erklärung unterzeichnet, in der das Ziel formuliert wird, einen euro-mediterranen Hochschulraum zu schaffen;
- Die Einführung von Dreijahres-Bachelors in zahlreichen europäischen Ländern hat für ausgiebige Anerkennungsdebatten in den USA gesorgt.

Wie wird es weitergehen mit Bologna? Ein großes Fragezeichen ist, ob dies die Geschichte einer Außendimension, der external dimension von Bologna wird – oder eher eine eternal expansion, eine immer weitergehende Ausweitung des Prozesses, als „Übersetzungswerkzeug“ und -rahmen für Mobilität, Anerkennung von Studienleistungen und Vergleichbarkeit von Hochschulsystemen. Bisher ist die Teilnahme am Bologna-Prozess auf die Mitgliedstaaten des Europarats beschränkt. Wahrscheinlich ist, dass der Prozess irgendwann an seine – geographischen und inhaltlichen – Grenzen stößt. Allerdings hat Bologna jetzt schon viele Grenzen überschritten und vieles, was vor nicht

allzu langer Zeit noch unmöglich schien, in die Tat umgesetzt. Tatsächlich kam es bis vor kurzem einem Selbstmordversuch gleich, im Zusammenhang mit dem Bologna-Prozess von einer „Harmonisierung Europäischer Hochschulbildung“ zu reden. Immerhin – jetzt riskiert man dabei nicht mehr Kopf und Kragen.

Franziska Muche ist Senior Officer bei der Academic Cooperation Association (ACA) in Brüssel. Die ACA ist ein europäischer Dachverband von 24 nationalen akademischen Mittlerorganisationen, wie etwa dem DAAD in Deutschland. Das Schwergewicht der Tätigkeit von ACA liegt im Bereich der europäischen und internationalen Hochschulzusammenarbeit und der Förderung von Innovation.

¹ Die 32 untersuchten Länder sind die 25 EU Mitgliedstaaten, die vier EFTA-Staaten, die (ehemals) drei Beitrittskandidaten (Rumänien, Bulgarien und die Türkei) und die Schweiz. Siehe Kelo, Teichler und Wächter: EURODATA – Student mobility in European higher education, Bonn: Lemmens 2006.

² Die ACA ist ein europäischer Dachverband von 24 nationalen akademischen Mittlerorganisationen.

³ im Sinne der Förderung von Mobilität, von internationaler Wettbewerbsfähigkeit und von Beschäftigungsfähigkeit.

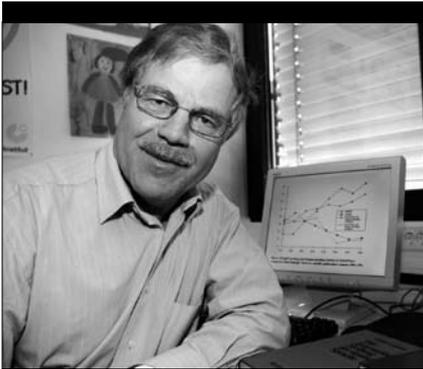
⁴ Perceptions of European higher education in third countries, EU-Commission, 2006, http://europa.eu.int/comm/education/programmes/mundus/index_en.html.



Lea Linsler



SPRECHEN SIE EUROPÄISCH? Die Sprachenpolitik der EU muss ein komplexes Gewirr von nationalen und regionalen Amts- und Arbeitssprachen – aber auch von Migrations- und Minderheitensprachen – so ausbalancieren, dass der Zusammenhalt der Gemeinschaft nicht gefährdet, sondern gefördert wird. *Von Ulrich Ammon*



Sind das Osmanische oder das Habsburger Reich letztlich an ihrer Vielsprachigkeit zerbrochen? Wurden dadurch die kulturellen und religiösen Unterschiede zugleich als ethnische und somit – im Zeitalter des Nationalismus – als unversöhnlich empfunden? Gesicherte Antworten sind schwierig. Kein Zweifel besteht jedoch daran, dass Sprachunterschiede Gräben in einer Gesellschaft vertiefen können. Allerdings nicht unbedingt bis zum Bruch. Möglich ist auch die versöhnlichere Form kultureller und sprachlicher Autonomie, wie wir sie im heutigen Belgien und Spanien finden oder in der als Beispiel harmonischen Mit- und Nebeneinanders gepriesenen Schweiz.

Gelungene Versöhnungen bedürfen

in der Regel einer behutsamen und umsichtigen Sprachenpolitik. Sie ist besonders wichtig für eine Gemeinschaft so vieler Staaten mit einer derart großen Zahl von Sprachen wie die EU. Allem Anschein nach sind sich die EU-Politiker dessen auch bewusst – entgegen verbreteter anders lautender Kritik. Vor dem genaueren Blick auf diese Sprachenpolitik sei zunächst die sprachliche Situation in der EU in Grundzügen vorgestellt.

Die EU hatte im Jahr 2006 rund 457 Millionen Einwohner und bestand aus 25 Mitgliedstaaten, zu denen im Jahr 2007 zwei weitere hinzukommen. Von diesen 27 Staaten haben 23 nur eine nationale Amtssprache, drei Staaten (Belgien, Finnland, Irland) haben zwei und ein Staat (Luxemburg) hat drei. Zugleich erstrecken sich einige nationale Amtssprachen auf mehrere Mitgliedstaaten: Deutsch, Englisch, Französisch, Niederländisch und Schwedisch. Jede nationale Amtssprache in der EU ist mit ihrer Gesellschaft durch und durch verwoben. Sie ist vorrangiges Erkenntnis- und Kommunikationsmittel in staatlicher Verwaltung, Politik und Schulen sowie Muttersprache (teilweise als Dialekt) des Großteils der Bevölkerung und Symbol der nationalen Identität – wie Einbürgerungstests verraten, deren Sprachprüfungen nicht nur praktische Gründe

haben. Gelegentlich verbindet sich – im Falle mehrerer nationaler Amtssprachen – die nationale Identität speziell mit einer davon, der eigentlichen „Nationalsprache“, wie in Luxemburg mit dem Letzeburgischen oder in Irland mit dem Gälischen. Dass die Sprachenpolitik der EU auf die nationalen Amtssprachen größte Rücksicht nehmen muss, liegt auf der Hand.

Nationale und regionale Amtssprachen

Den nationalen Amtssprachen im Status verwandt sind die regionalen Amtssprachen, die nicht im ganzen Staat, sondern nur in einem kulturell und sprachlich autonomen Teil davon Amts- und Schulsprache sind. Auch die regionalen Amtssprachen sind in vielen Fällen grenzüberschreitend, bei oft wechselndem Status. So ist Deutsch in Südtirol regionale Amtssprache, in Österreich nationale Amtssprache und in Frankreich Minderheitssprache ohne amtlichen Status. Die Verbundenheit verschiedener Staaten durch dieselbe Sprache trägt zur Komplexität der Sprachensituation in der EU bei.

Allerdings sind auch viele Sprachen auf einen einzigen Staat beschränkt – wenn man von Migranten absieht, etwa Finnisch, Lettisch oder Tschechisch. Es gibt sogar Sprachen, die auf einen Teil eines Staates eingeschränkt sind. Beispiele sind regionale Amtssprachen wie Galizisch in Spanien. Hauptsächlich jedoch sind es Minderheitssprachen ohne amtlichen Status. Beispiele in Deutschland sind Sorbisch oder Niederdeutsch, deren Verbreitung auf Deutschland beschränkt ist. Daneben existieren in

Deutschland als weitere Minderheitssprachen Dänisch, Friesisch und Romani (die frühere Bezeichnung „Zigeunerisch“ ist heute politisch inakzeptabel), die aber allesamt auch in mindestens einem anderen EU-Mitgliedstaat gesprochen werden. Friesisch wird oft auch in drei verschiedene Sprachen aufgeteilt: Westfriesisch, Saterfriesisch und Nordfriesisch, von denen letztere beide auf Deutschland beschränkt sind. Das Beispiel des Niederdeutschen verrät zudem, dass die Unterscheidung von (eigenständiger) Sprache und „nur“ Dialekt einer Sprache nicht immer einfach ist. Viele Deutsche halten das Niederdeutsche für einen Dialekt der deutschen Sprache, aber es ist heute sowohl von der EU als auch von Deutschland offiziell als eigenständige Sprache, und damit nicht eigentlich zur deutschen Sprache gehörig, anerkannt.

Migranten- und Immigrantensprachen

Neben den autochthonen (autochthonen) Sprachen gibt es eine große Zahl von Neuankömmlingen. Überall in der EU, wenn auch in unterschiedlicher Konzentration, leben Migranten und Immigranten, von denen viele – zu Hause und unter ihresgleichen – ihre mitgebrachte Sprache sprechen. Über die Zahl der autochthonen Sprachen in der EU sind sich Wissenschaftler näherungsweise einig. Verschiedene Zählungen konvergieren bei ungefähr 70. Bei den allochthonen Sprachen (der Migranten und Immigranten) sind Zahlenangaben jedoch ein Lotteriespiel, die je nach veranschlagter Mindestsprecherzahl oder Regelmäßigkeit und Domänen des Gebrauchs weit di-

vergiehen. Bei entsprechenden Kriterien für die Zählung gehen sie in die Hunderte. Allerdings stechen einzelne Sprachen durch Zahlenstärke und Verbreitung hervor, besonders Türkisch. Es versteht sich von selbst, dass die EU auch diese allochthonen Sprachen bei ihrer Sprachenpolitik nicht ignorieren darf, zumal ihre Sprecher sich ohnehin benachteiligt fühlen. Jedoch gewährt sie ihnen geringere Rechte als den autochthonen Sprachen, weil – so in der Regel die Begründung – Migranten und Immigranten freiwillig in ihre heutigen Wohngebiete gekommen sind und von vornherein mit mindestens partieller sprachlicher Anpassung rechnen mussten.

Die Sprachenpolitik der EU muss ein komplexes Gewirr divergierender Interessen so ausbalancieren, dass der Zusammenhalt der Gemeinschaft nicht gefährdet wird, dass die Arbeit in den EU-Institutionen und deren Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten effektiv bleibt, und dass die rechtlich gewährleistete grenzüberschreitende Mobilität der Bürger und die Entwicklung einer EU-weiten politischen Öffentlichkeit durch Sprachschranken möglichst wenig behindert wird.

Diese Ziele erscheinen auf den ersten Blick so unvereinbar, dass der abgegriffene Vergleich mit der Quadratur des Kreises nahe liegt. Er ist jedoch falsch, denn die Aufgabe ist zwar gigantisch, aber nicht unlösbar. Einige Brennpunkte dieser Politik, die zum Teil Dilemmata gleichen, sollen hier skizziert werden.

Viele Länder, viele Sprachen

Die EU betont in fast allen sprachpolitischen Verlautbarungen den Wert

des Erhalts der Vielsprachigkeit. Der Bewusstmachung dieses Wertes diente 2001 auch das Europäische Jahr der Sprachen, zu dem die EU zusammen mit dem Europarat aufrief. Auch hier standen die autochthonen Sprachen im Vordergrund, obwohl viele allochthone Sprachen stärker gefährdet sind. Am akutesten bedroht sind die Minderheitssprachen. Allerdings mag es für den Zusammenhalt der EU noch wichtiger sein, dass das Bekenntnis zur Vielsprachigkeit auch in Richtung der Mehrheits- und der staatlichen Amtssprachen vernommen wird. Paradoxerweise sind nämlich gerade bei den Sprechern mancher großen Sprachen die Verdrängungsängste am größten.

Beispiele dafür sind vor allem Frankreich und Deutschland. In beiden Ländern grassiert die Sorge um die Zurückdrängung der eigenen Sprache durch die politische und wirtschaftliche Entwicklung, aber auch die Sprachenpolitik der EU. Es ist nicht die Angst, die eigene Sprache, Französisch oder Deutsch, könne demnächst „aussterben“, zumindest nicht unter Menschen mit Realitätssinn, wohl aber die Sorge um Statusverluste

Es ist nicht die Angst, die eigene Sprache, Französisch oder Deutsch, könne demnächst „aussterben“, zumindest nicht unter Menschen mit Realitätssinn, wohl aber die Sorge um Statusverluste der Sprachen – mit nachhaltig negativen Folgen für das eigene Land.

der Sprachen – mit nachhaltig negativen Folgen für das eigene Land.

Schon seit einem Jahrhundert sieht Frankreich die Weltstellung seiner Sprache durch die Konkurrenz des Englischen bedroht. Nun fürchtet es um deren Stellung in Europa, vor allem seit Großbritannien und Irland Mitglieder der EU geworden sind (Beitritte 1973). Davor war in den EU-Institutionen die Vorrangstellung des Französischen unangefochten. Vielleicht war das zweimalige Veto Frankreichs gegen den EU-Beitritt Großbritanniens auch durch Sprachängste motiviert. Jedenfalls ist es ein offenes Geheimnis unter EU-Beamten, dass der damalige französische Präsident Pompidou dem britischen Ministerpräsidenten Heath beim EU-Beitritt seines Landes das Versprechen abrang, britische EU-Beamte müssten stets auch Französischkenntnisse haben. Dennoch hat sich Englisch in den EU-Institutionen schnell als Arbeitssprache etabliert, und der Beitritt der skandinavischen, aber auch der ostmitteleuropäischen Länder hat die Stellung des Englischen so gestärkt, dass Frankreich um seine eigene Sprache besorgt ist.

Angst vor Statusverlust

Symptomatisch dafür ist die „Gemeinsame deutsch-französische Sprachenweisung“, eine Art Sprachenbündnis, das Frankreich im Juni 2000 mit Deutschland schloss, worin sich beide Länder zur gegenseitigen Stützung ihrer Sprachen in den EU-Institutionen verpflichten. Spezieller geht es dabei „um Schwierigkeiten, was das Dolmetschen angeht“ bei „informellen Treffen“, bei denen die Minister beider Länder

sich gemeinsam um eine für jede Seite „zufriedenstellende Lösung“ bemühen sollen. Die Außenminister Frankreichs und Deutschlands, Védrine und Fischer, haben im Jahr 2001 auch durch gemeinsamen Einspruch den Vorschlag des Stellvertretenden Kommissionspräsidenten Kinnock zu Fall gebracht, Arbeitspapiere für Beratungen künftig nur noch in Englisch vorzulegen.

Der Gemeinsamen Sprachenweisung war vorausgegangen (unter der Ratspräsidentschaft Schwedens, im Frühjahr 2000), dass informelle Expertengespräche nicht ins Deutsche gedolmetscht werden sollten. Deutschland erklärte sich damit einverstanden, aber unter der Bedingung, solche Sitzungen dann gleich auf eine einzige Arbeitssprache zu beschränken, was von der Mehrheit akzeptiert wurde. Als diese Arbeitssprache wurde – wie zu erwarten – Englisch gewählt.

Das Vorgehen Deutschlands war im Grunde ein Schachzug in einer schon länger währenden Auseinandersetzung um die Stellung der deutschen Sprache in den EU-Institutionen. Sie begann mit den Bemühungen der christlich-liberalen Regierung Kohl (ab 1982) um die Stärkung dieser Stellung, nachdem die vorausgehenden deutschen Regierungen den Vorrang des Französischen und später auch des Englischen bereitwillig akzeptiert hatten. Die Vereinigung Deutschlands (1989) und später der Beitritt Österreichs (1995) erschienen als Basis für eine stärkere Stellung des Deutschen. Im Jahr 1993 wurde Deutsch zur dritten internen Arbeitssprache der Kommission erklärt, neben Französisch und Englisch. Allerdings folgte dem Status nie die entsprechende Funktion: In

der Praxis ist Deutsch als Arbeitssprache der Kommission peripher geblieben. Auch sonst waren die Bemühungen der deutschen, teilweise auch der österreichischen Regierung zur Stärkung der deutschen Sprache in den EU-Institutionen wenig erfolgreich. Daran änderten auch einzelne Kraftakte wenig, wie der Boykott informeller Ministertreffen durch Deutschland und Österreich, bei denen Finnland zu Beginn seiner Ratspräsidentschaft im Herbst 1999 kein Dolmetschen für Deutsch anbot. Zwar wurde dieses Dolmetschen dann durchgesetzt, aber sonstige Verbesserungen blieben aus.

Für die EU-Institutionen ist die Sprachenfrage geregelt durch die Verordnung Nr.1 des Rates von 1958, der beim Beitritt neuer Staaten weitere Sprachen hinzugefügt wurden. Jeder Staat kann letztlich selbst entscheiden, welche seiner nationalen Amtssprachen zugleich „Amts- und Arbeitssprachen“ der EU werden sollen.

In diesen erscheinen die „Verordnungen und Schriftstücke von allgemeiner Geltung“ und das Amtsblatt der EU, und sie werden gedolmetscht in den förmlichen Debatten und Sitzungen des Europäischen Parlaments und Rats. Ansonsten erlaubt allerdings Artikel 6 der Verordnung Nr.1, dass die einzelnen Organe „in ihren Geschäftsordnungen festlegen, wie diese Regelungen der Sprachenfrage im einzelnen anzuwenden sind“, der somit die Grundlage für die Unterscheidung zwischen (eigentlichen) Arbeitssprachen und den nicht in den Beratungen verwendeten (bloßen) Amtssprachen bildet. Diese Unterscheidung und die Zugehörigkeit zu den Arbeitssprachen ist seit langem ein Brennpunkt

des Sprachenstreits in der EU.

Italien und Spanien sowie gelegentlich die Niederlande haben für ihre Sprachen ebenfalls Ansprüche auf den Arbeitssprachenstatus erhoben. Erstere hatten beim Harmonisierungsamt für die Binnenwirtschaft in Alicante auch Erfolg, das damit fünf Arbeitssprachen hat. Außerdem sorgten Italien und Spanien wiederholt für das Scheitern entsprechender Bemühungen der deutschsprachigen Länder, indem sie gleichzeitig Forderungen für ihre Sprachen erhoben, deren Erfüllung die effektive Arbeit unmöglich gemacht hätte. Ohnehin ist der Dolmetsch- und Übersetzungsapparat der EU der größte und teuerste weltweit (rund 1.650 ständige und zahlreiche freie Übersetzer sowie 500 ständige und 2.700 freie Dolmetscher im Jahr 2006).

Arbeitssprache oder Fremdsprache?

Woraus entspringt das große Interesse am Arbeitssprachenstatus für die eigene Sprache? Vermutlich aus der Annahme, die nicht ganz von der Hand zu weisen ist, dass die EU-Arbeitssprachen die zukünftigen Regierungssprachen des zusammenwachsenden Europas sein werden und dass ihre Bedeutung dann weit über den Rahmen der Regierung hinausreicht. Damit verbinden sich praktische Kommunikationsvorteile für die Muttersprachler. Aber es ist mindestens ebenso eine Frage des Prestiges – mit vielleicht weitreichenden Folgen. Davon könnten womöglich in Zukunft Entscheidungen anderer Länder über fremdsprachliche Schulcurricula oder die Fremdsprachenwahl von Lernern abhängen. Die Regierungssprachen der EU oder eines wie

auch immer vereinigten Europas haben gute Chancen, weltweit als Fremdsprachen gelernt zu werden. Und für ein Land ist es ein großer Vorteil, wenn die eigene Sprache möglichst weithin als Fremdsprache gelernt wird. So pflegen etwa die deutschsprachigen Länder ihre Kontakte, auch wirtschaftlicher Art, ins Ausland zu erheblichen Teilen über Personen, die Deutsch als Fremdsprache gelernt haben. Die Zahl solcher Personen könnte schwinden, wenn Deutsch zukünftig in Europa keine prominente Rolle mehr spielt, zumal Deutsch – wie übrigens auch Italienisch – als staatliche Amtssprache außerhalb Europas kaum verankert ist, im Gegensatz zu Englisch, Französisch oder Spanisch. Mit der Stellung von Deutsch als EU-Arbeitssprache steht also für die deutschsprachigen Länder Einiges auf dem Spiel.

Englisch als Lingua franca?

Eine Lösung der Konflikte ist bislang nicht in Sicht. Sie ist umso schwieriger, als die kleineren Mitgliedstaaten, die für die eigene Sprache keine Aussicht auf Arbeitssprachenstatus sehen, zu einer einzigen Arbeitssprache (Englisch) hinstendieren, was für sie am einfachsten wäre. Eine klare Entscheidung ist derzeit nicht nur formal unmöglich, weil die

Ob neben Englisch andere Sprachen auf Dauer eine nennenswerte Rolle als EU-Arbeitssprache oder eine transnationale Funktion als Lingua franca behalten, ist ungewiss.

Verordnung Nr. 1 zur Sprachenfrage nur vom Rat einstimmig geändert werden kann, sondern würde vermutlich zur Zerreißprobe der EU. Die Besänftigung mit der ständigen Beschwörung des Erhalts der Vielsprachigkeit bei gleichzeitigem Verzicht auf eine übergreifende klare Regelung der Arbeitssprachfrage ist daher vielleicht die einzige sprachpolitische Option der EU, von der sie sich deshalb auch nicht durch Kritik abbringen lässt. Auf die Entstehung einer EU-übergreifenden Lingua franca hat die EU sprachpolitisch sowieso kaum direkten Einfluss. Ob neben Englisch andere Sprachen auf Dauer eine nennenswerte Rolle als EU-Arbeitssprache oder eine transnationale Funktion als Lingua franca behalten, ist ungewiss.

Alle Mitgliedstaaten haben durch ihre Schulpolitik den Weg für den Vorrang des Englischen in Europa geebnet, denn überall ist Englisch entweder erste Fremdsprache oder zumindest als solche wählbar, und die Schüler machen davon lebhaften Gebrauch. Die zukünftig noch breitere Kenntnis des Englischen wird nicht nur seine Rolle als Lingua franca weiter stärken, sondern vermutlich auch auf die EU-Arbeitssprachen durchschlagen.

Um die (bloßen) Amtssprachen der EU gibt es keine vergleichbaren Konflikte, höchstens gelegentliches Kopfschütteln hinter den Kulissen, als Malta für das Maltesische und dann verspätet auch Irland für das Irische diesen Status verlangten, obgleich beide Staaten mühelos auf Englisch kommunizieren könnten. Der Status wurde trotz Dolmetsch- und Übersetzungskosten gewährt – in der Hoffnung, dass nicht Luxemburg auch noch Letzeburgisch ins Spiel bringt.

Europäische Sprach-Charta für Regionen und Minderheiten

Eine innere Angelegenheit der Mitgliedstaaten sind Auseinandersetzungen um den Status einer nationalen Amtssprache. Gelegentlich berühren sie aber auch die EU, wie beim Katalanischen, dem wegen der Zahlenstärke – größer als bei mancher EU-Amtssprache – auch auf EU-Ebene gewisse Sonderrechte eingeräumt wurden. Auch für Konflikte zwischen nationalen Amtssprachen in mehrsprachigen Mitgliedsländern, wie vor allem in Belgien zwischen Flamen und Wallonen, ist die EU nicht direkt zuständig.

Erst gewissermaßen am unteren Ende der Statushierarchie, bei den Minderheitssprachen, mischt sich die EU wieder ein, indem sie die Mitgliedstaaten zu deren Schutz aufruft. An diesen oftmals kleinen Sprachen erweist sich am eindruckvollsten, was Erhalt von Vielsprachigkeit bedeutet. Die wichtigste Maßnahme ist die von EU und Europarat gemeinsam verabschiedete Europäische Charta der Regional- oder Minderheitensprachen (1992 beschlossen, 1998 in Kraft gesetzt). Sie enthält eine umfangreiche Liste von 39 Sprachrechten, wie Einbeziehung in Schulen und Medien oder vor Gericht, woraus die Mitgliedstaaten eine Mindestauswahl garantieren sollen. Allerdings war die Charta im Jahr 2006 erst von acht Mitgliedstaaten ratifiziert, darunter auch Deutschland. Frankreich hat auf die Charta mit einer Verfassungsänderung reagiert, die Französisch zur Sprache der Republik erklärte und die Charta mit der Verfassung unvereinbar machte (so auch die Erklärung des Conseil Constitutionnel

am 15. 6. 1999). Allerdings hat Frankreich trotzdem – unter dem Eindruck der Charta – seinen Sprachminderheiten mehr Rechte als früher eingeräumt, vor allem die Einrichtung zweisprachiger Schulen. – Schließlich haben sich EU und Europarat auch für die allochthonen Minderheitssprachen eingesetzt und die Mitgliedstaaten zu Achtung und Rücksicht aufgefordert. – Durch diese Maßnahmen wurden das Bewusstsein von den Minderheitssprachen verbreitert und die Rechte ihrer Sprecher gestärkt. Die Chancen des Erhalts oder gar der Ausweitung ihres Gebrauchs bleiben jedoch ungewiss.

Ulrich Ammon ist Professor für Germanistische Linguistik mit dem Schwerpunkt Soziolinguistik an der Universität Duisburg-Essen. Er war Gastprofessor u. a. in den USA, Australien, Japan und Österreich. Zu seinen wichtigsten Publikationen gehören: „Dialekt, soziale Ungleichheit und Schule“ 1972; „Die internationale Stellung der deutschen Sprache“ 1991; „Ist Deutsch noch internationale Wissenschaftssprache?“ 1998 und - zusammen mit Hans Bickel, Jakob Ebner u. a. - „Variantenwörterbuch des Deutschen. Die deutsche Sprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol“ 2004.

GLÜCKLICHES BABEL Die Vielfalt der Sprachen Europas ist kein Fluch, im Gegenteil: Sie ist die zwingende Voraussetzung dafür, dass aus unserer Zukunft nicht eine genaue Kopie unserer Gegenwart wird.

Von Etienne Barilier



Europa glaubt gerne, dass die Schweiz ein Land der aktiven und blühenden Mehrsprachigkeit ist und dass alle ihre Einwohner sämtliche Landessprachen beherrschen. Und vielleicht sagt sich Europa auch, dass die Schweiz in dieser Hinsicht ein Vorbild ist, von dem man sich einiges abschauen könnte. Denn ist es nicht das Geheimnis des Zusammenhalts der Eidgenossenschaft, dass ihre Bürger in der Lage sind, die internen Sprachbarrieren zu überwinden? Und ist es nicht auch diese Fähigkeit, die von den Bürgern Europas verlangt wird, wenn sie ein echtes Zusammengehörigkeitsgefühl entwickeln wollen?

Allerdings gilt es in Bezug auf die helvetische Mehrsprachigkeit einiges klarzustellen. Es stimmt zwar, dass in der

Schweiz vier Sprachen gesprochen werden; aber der einzelne Schweizer verwendet oft nur eine davon, und auch die nicht immer besonders gut. Das liegt nicht an fehlenden Fremdsprachenkenntnissen. Die Blockade ist emotionaler Natur, die Ignoranz freiwillig gewählt: Der Westschweizer weigert sich, die Sprache der Deutschschweiz zu sprechen, die das Idiom der Mehrheit und damit potenziell bedrohlich ist; und der Deutschschweizer ist zwar grundsätzlich bereit, Französisch zu sprechen, antwortet dem Romand, der glaubt, ihm mit drei gestammelten Wörtern in der Sprache Goethes eine Freude zu machen, aber nur höchst widerwillig auf Hochdeutsch. Einen Deutschschweizer auf Hochdeutsch anzusprechen, ist etwa dasselbe, wie mit ihm zu reden, ohne ihn dabei anzuschauen.

Die freiwillige Ignoranz und die dadurch entstehenden Verständigungsprobleme sind in gewisser Weise wichtige Grundpfeiler der Schweiz. Man darf nicht vergessen, dass die Eidgenossenschaft das Ergebnis einer Vereinigung unabhängiger Stände ist, die sich nur zusammengeschlossen haben, um das bleiben zu können, was sie sind. Anders gesagt ist die Eidgenossenschaft ein Pakt, der jedem seiner Vertragspartner das Recht und das Privileg garantiert, sich von den anderen zu unterscheiden; das Recht und

das Privileg, sich dem anderen nicht anzupassen, ihn nicht zu verstehen und von ihm nicht verstanden zu werden. Was alle Schweizer verbindet, ist ihr gemeinsames Recht, sich gegenseitig den Rücken zuzudrehen. Der Schweizer Staat existiert trotz, ja in gewissem Maße sogar dank der gegenseitigen Taubheit zwischen den verschiedenen Bevölkerungsgruppen – und das gilt nicht nur für den Staat, sondern auch für die Nation. Schließlich ist es ja nicht so, dass den Schweizern jegliches Gefühl nationaler Zugehörigkeit und jeglicher Patriotismus fremd wären, das hat vor Kurzem die Fußballweltmeisterschaft eindrücklich bewiesen. Patriotismus geht über Wörter und Sprache hinaus, er manifestiert sich manchmal auch in Gesängen oder in einem Jubelschrei. Patriotismus ist prälinguistisch oder translinguistisch, je nach Betrachtungsweise. Natürlich ist der Schweizer Patriotismus gemäßigt und zurückhaltend, so wie alle Schweizer Emotionen. Aber er existiert.

In Nebel gehüllt

Apropos Zurückhaltung: Möglicherweise besteht ein subtiler Zusammenhang zwischen dieser schweizerischen Tugend und der Scheu der Schweizer vor den anderen Landessprachen. Die bewusste Unwissenheit über den anderen – und das meine ich durchaus ernst – wirkt sich positiv auf die Politik des pragmatischen Kompromisses aus, eine Kunst, die die Schweizer meisterhaft beherrschen. Die Debatten der Parlamentarier in Bern sind stets in einen leichten Nebel gehüllt. Man wird vorsichtig und höflich, wenn man es mit einer Fremdsprache zu tun bekommt und das Gesagte nur ungefähr versteht. Man protestiert mit weniger Elan und

stimmt mit weniger Überzeugung zu. Am Ende nimmt man eine Position in der Mitte ein, zwischen der Angst, einen Vorteil zu verlieren, und der Furcht, einen Nachteil zu übersehen, und schließt mit seinem fremdsprachigen Gegenüber ein – im wahrsten Sinne des Wortes – stillschweigendes Abkommen.

Den Schweizer Parlamentariern geht es ein wenig wie den Protagonisten des berühmten „Gefangenendilemmas“, das in der Wirtschaftstheorie gerne zitiert wird: Da keiner der Häftlinge weiss, was der andere tun wird, ist die Kooperation für beide das kleinere Übel.

Wenn man die parlamentarischen Debatten in der Schweiz zum Beispiel mit jenen in der französischen Nationalversammlung vergleicht, wird sofort klar, worin der Vorteil liegt, Schweizer zu sein. Die französischen Abgeordneten können sich mühelos miteinander verständigen, was schreckliche Folgen hat: Sie gehen mit offenem Visier aufeinander los und sind sich immer bewusst, dass jedes ihrer Voten in all seinen inhaltlichen und stilistischen Feinheiten verstanden und sowohl lautstarke Zustimmung ihrer Mitstreiter als auch scharfe Ablehnung ihrer Gegner auslösen wird. Ihre Positionen sind eindeutig und absolut unmissverständlich und somit auch unvereinbar. Das französische Parlament ist zum ewigen Disput, das schweizerische zum ewigen Ringen um gegenseitiges Verständnis verdammt. Auch in seiner Muttersprache

Am Ende nimmt man eine Position in der Mitte ein, zwischen der Angst, einen Vorteil zu verlieren, und der Furcht, einen Nachteil zu übersehen, und schließt mit seinem fremdsprachigen Gegenüber ein – im wahrsten Sinne des Wortes – stillschweigendes Abkommen.

ist der Schweizer Redner meistens weniger gewandt und präzise als sein französischer, deutscher oder italienischer Kollege – als ob er wüsste, dass Präzisierungen sinnlos sind, da sie bei seinen fremdsprachigen Zuhörern ohnehin nicht ankommen, dass sprachliche Nuancen nichts zu gütlichen Einigungen und pragmatischen Lösungen beitragen und dass es besser ist, sich auf der sprachlichen Ebene nicht allzu gut zu verstehen, um gut miteinander auszukommen. „Wir verstehen uns gut, weil wir einander nicht verstehen“, sagen die Schweizer gerne im Scherz. Doch in dieser Aussage steckt mehr als nur ein Körnchen Wahrheit.

Es steht dem Leser dieses Textes frei, ihn als humoristische Glosse zu interpretieren. Ich glaube aber durchaus, dass das Beispiel der Schweiz klar beweist, dass ein Staat und auch eine Nation mehrsprachig sein kann, ohne dass alle seine Bürger mehrsprachig sein müssen. Wenn aber die Qualität der sprachlichen Verständigung zwischen den Bürgern keine zwingende Voraussetzung für die Existenz von Staaten oder sogar Nationen ist, könnte man daraus schließen, dass sie für ein Gebilde wie Europa noch weniger Bedeutung hat. Schließlich hat sich Europa, was auch immer man sich genau darunter vorstellt, nie als „Nation“ verstanden und beschränkt sich, was Patriotismus angeht, auf „Verfassungspatriotismus“. Inwiefern sollte also die aktive Mehrsprachigkeit für das europäische Zusammengehörigkeitsgefühl und das Wohlergehen des politischen Europas notwendig sein? Vielleicht erwachsen dem Europäischen Parlament, dessen Mitglieder sich, ähnlich wie ihre Kollegen in Bern, stets in einem leichten sprachlichen Nebel bewegen, aus diesem Umstand ja sogar die gleichen Vorteile

wie seinem helvetischen Pendant, und es macht sich auch in Europa ein alles erleichternder Hang zu Kompromissen breit ...

Europa als Idee

Doch halt: Es stimmt schon, dass ein mehrsprachiger Staat oder eine mehrsprachige Nation auch dann existieren kann, wenn sich die Bürger kaum aus ihrem sprachlichen Schneckenhaus hinauswagen, aber ebenso wahr ist es auch, dass Europa, zumindest in meinen Augen, nicht wirklich existieren kann, wenn die verschiedenen europäischen Länder keine Kenntnisse der Sprachen ihrer Nachbarländer besitzen (und die Pflege ihrer eigenen Sprache vernachlässigen, was oft damit einhergeht). Kurz gesagt: Wenn sich die Bürger Europas zur gegenseitigen Verständigung mit „Basic English“ zufriedengeben, hat Europa seine *Raison d'être* verloren – und ich meine damit nicht nur das kulturelle Europa, sondern Europa als Ganzes und Europa an sich.

Weshalb? Eben weil Europa weder eine Nation noch ein Staat ist. Eine gewisse Geringschätzung anderer Sprachen, die für eine Nation oder einen Staat keine Gefahr darstellt, kann sich auf europäischer Ebene verheerend auswirken.

Europa kann seinen Zusammenhalt nicht auf dem kollektiven Bewusstsein abstützen, das einer Nation als Kitt dient. Europa, es sei noch einmal betont, ist keine Nation und wird nie eine sein. Europa ist mehr als ein Amalgam von Einzelinteressen, Europa ist eine Idee – und genau das ist zugleich seine Stärke und seine Schwäche. Was der europäischen Idee Kraft gibt und geben wird, was sie aufrecht hält und halten wird, sind weder die Artikel einer

Verfassung noch patriotische Gesänge, sondern das Teilen einer gemeinsamen Vision (eigentlich sollte und möchte ich sagen, einer gemeinsamen Liebe) für die menschliche Person, Freiheit, Würde und Perfektibilität.

Doch inwiefern macht es diese gemeinsame Vision oder Liebe erforderlich, dass sich die Europäer ihrer Sprachenvielfalt bewusst sind und entsprechende Kenntnisse besitzen? Nun, zum Wohl des Menschen und seiner Freiheit, Würde und Perfektibilität müssen Fähigkeiten gehegt und gepflegt werden, die untrennbar mit der Sprachkultur und der Liebe zur Sprache verbunden sind: Kreativität und Sinn für Nuancen, Vielfalt und Qualität. Mit „Sprache“ meine ich natürlich nicht die mehr oder weniger technische, nüchterne und standardisierte Form der Kommunikation, wie sie im Rahmen von wirtschaftlichen Beziehungen Verwendung findet. Nein, ich meine damit die Sprache als intimer Schatz, als schillerndes Spiegelbild menschlicher Erfahrungen, als aktive Bewahrerin unserer Kultur und unserer Geschichte; als geheimnisvoller Ort, wo sich das Alte mit dem Neuen verbindet, das Erbe mit der Schöpfung, das Erhaltene mit dem Gegebenen, das Wissen mit der Liebe.

Das Geld und die Sprache

Viele Sprachen, eine Währung. Es ist bemerkenswert, und äußerst bezeichnend, dass der Prozess der Vereinheitlichung Europas mit dem Geld begann – und damit auch gleich wieder endete. Geld, das Instrument des materiellen Austauschs schlechthin, konnte leicht vereinheitlicht werden. Man könnte es sogar als einzigen realen Aspekt im Leben der Völker

und Nationen Europas bezeichnen, der von diesem Prozess profitiert hat. Doch Geld ist zwar wie die Sprache ein Mittel des Austauschs, gleichzeitig aber auch das Gegenteil der Sprache, zumindest der sinnstiftenden und emotionalen Sprache. Geld steht für den rein quantitativen, unmissverständlich definierten Austausch, während die menschlichen Werte, die von der Sprache transportiert, geformt und ständig neu erschaffen werden, rein qualitativer Natur sind: Je reicher die Sprache ist, desto weniger ist sie quantifizierbar.

Die Sprache – jede Sprache – ist der Hort des Sinnes und damit auch der Doppeldeutigkeit, der Ironie, der Andeutung, der Distanzierung, der Verschleierung, des Augenzwinkerns. Ein Satz ist immer mehr als nur eine Aneinanderreihung von Wörtern; in jedem Satz in jeder Sprache schwingt eine ganze Welt mit, mit all ihren hellen und dunklen Seiten, mit Inspirationen, Bekenntnissen und Geheimnissen; die Sprache ist der Schmelztiegel des Sinnes: Sie fordert mit jedem Satz den Erfahrungsschatz der Welt heraus, stellt ihn in Frage und schafft neue Zusammenhänge. Sie übermittelt und lässt Neues entstehen; sie ist Aussage und Appell; sie stellt fest und lässt hoffen. Und sie tut dies alles zugleich. Jeder Satz eines Menschen ist Wunsch, Möglichkeit und Befehl in einem. Er enthält in seiner Beschreibung

Geld ist zwar wie die Sprache ein Mittel des Austauschs, gleichzeitig aber auch das Gegenteil der Sprache. Es steht für den rein quantitativen Austausch, während die menschlichen Werte, die von der Sprache transportiert, geformt und ständig neu erschaffen werden, rein qualitativer Natur sind: Je reicher die Sprache, desto weniger ist sie quantifizierbar.

dessen, was ist, stets auch den Traum oder die Hoffnung dessen, was nicht ist.

Damit dürfte klar sein, was nicht nur von der Unkenntnis anderer Sprachen unseres Kontinents zu halten ist, sondern auch von der Vernachlässigung der eigenen Sprache und dem schrecklichen Hang Europas (und, noch schrecklicher, der Schweiz) zur Akzeptanz der Verwendung von „Basic English“, einer Untersprache, die nichts anderes als eine linguistische Einheitswährung ist, die Transaktionen wie am Bankschalter ermöglicht. Die künstlichen „Kommunikationssprachen“ (was falsch ausgedrückt ist, denn sie dienen nicht wirklich der Kommunikation, sondern nur dem Austausch von verbalen Waren) sind Antisprachen, denn ihre zugleich gewollte und als notwendiges Übel hingegenommene Dürftigkeit und ihr verzweifelter Streben nach Eindeutigkeit beraubt sie jeder Möglichkeit, etwas Neues, noch nie Dagewesenes zu erschaffen – genau das, was die natürlichen und gepflegten Sprachen ausmacht.

Der Turmbau zu Babel

Ist eigentlich schon einmal jemandem aufgefallen, dass die biblische Geschichte vom Turmbau zu Babel einen großen Widerspruch enthält? Wenn die Menschen früher tatsächlich auf der ganzen Welt nur eine Sprache gesprochen hätten, hätten sie niemals den Bau eines solchen Turms in Angriff genommen! Denn eine einsprachige Menschheit wäre eine blockierte, erstarrte Menschheit ohne Wünsche und Pläne gewesen, die sich mit der Welt, wie sie ist, zufriedengegeben hätte, ohne danach zu streben, bis zum Himmel vorzudringen, um sich auf eine Stufe mit Gott zu stellen; ohne danach zu streben,

die Welt zu verändern, zu verbessern, zu erforschen und neu zu erfinden. Diese einsprachige Menschheit hätte sich selbst nicht als Menschheit der Möglichkeiten betrachtet; sie hätte nie daran gedacht, aus ihrer Situation auszubrechen; kurz gesagt, sie hätte nie davon geträumt, den Turm von Babel zu errichten. Um den Antriebe für ein solches Unternehmen zu haben, hätte sie der später verhängte Fluch schon im Voraus ereilen müssen ...

Die Vielfalt der Sprachen ist also ein Fluch? Nein, natürlich nicht – im Gegenteil. Die Vielfalt der Sprachen ist die zwingende Voraussetzung dafür, dass aus unserer Zukunft nicht eine genaue Kopie unserer Gegenwart wird. Die Sprachen eröffnen in ihrer Vielfalt dem Menschen die Möglichkeit, von Dingen zu sprechen, die noch nicht Realität sind, die Möglichkeit, selbst zum Schöpfer und Gestalter zu werden. Und diese Möglichkeit zu pflegen, ist die Essenz des menschlichen Wesens – und insbesondere Europas, wo sich der Mensch seit jeher als entwicklungs- und vervollkommnungsfähiges Wesen sieht.

Aber wie sieht „die Vielfalt der Sprachen pflegen“ in der Praxis aus? Es wäre utopisch, von den Europäern zu verlangen, dass sie alle schon in jungen Jahren damit beginnen, sämtliche europäischen Sprachen zu erlernen. Es geht nicht darum, Sprachgenies heranzuzüchten. Ziel müsste es vielmehr sein, dass alle europäischen Länder der Verwendung von „Basic English“ eine klare Absage erteilen und sich stattdessen verstärkt um die liebevolle Pflege ihrer eigenen Sprache kümmern, ohne dabei zu vergessen, so oft wie möglich einen vergleichenden Blick auf die anderen Sprachen Europas zu werfen.

Daran ist nichts Widersprüchliches – denn, ich möchte es an dieser Stelle noch

einmal betonen, je mehr man seine eigene Sprache liebt und je besser man sie kennt, desto empfänglicher ist man für die Geheimnisse und den Reichtum einer anderen Sprache.

Der vergleichende Blick

Mit „alle europäischen Länder“ meine ich natürlich auch die Schweiz. Und wenn ich schon gezwungen bin, anzuerkennen, dass ein Land auch existieren kann, ohne seine Sprachen zu pflegen, so stimmt es mich doch traurig, dass die Schweiz ihre Sprachen zu wenig pflegt und liebt und somit in jenem Sinn, den ich darzulegen versucht habe, nicht besonders europäisch ist. Unser Land wäre für die Zukunft Europas ein schlechtes Vorbild, wenn es dem Kontinent nicht glücklicherweise einige grosse Vermittler und Übersetzer geschenkt hätte, grosse Europäer wie Jakob Burckhardt, Johann Jakob Bachofen, Guy de Pourtalès, Denis de Rougemont ... Wenn Sie finden, dass der „vergleichende Blick“ auf andere Sprachen, den ich erwähnt habe, furchtbar abstrakt klingt, kann ich Sie beruhigen: Ich meine damit zum Beispiel, dass in der Schule die Lehrer so früh wie möglich damit beginnen könnten, ihren Klassen hin und wieder die schönsten Texte aus den verschiedenen europäischen Sprachen vorzulesen, eingeleitet durch ihre Übersetzung und gefolgt von Erklärungen, falls nötig. So könnten französische, deutsche oder Schweizer Kinder schon früh Zeilen wie diese hören: „O noche que guiate, O noche amable más que la alborada, O noche que juntaste Amado con amada, Amada en el amado transformada.“ Oder: „I am a Jew. Hath not a Jew eyes? hath not a Jew hands, organs, dimensions, senses,

affections, passions? fed with the same food, hurt with the same weapons, subject to the same diseases, healed by the same means, warmed and cooled by the same winter and summer, as a Christian is? If you prick us, do we not bleed? if you tickle us, do we not laugh? if you poison us, do we not die?“

Das ist das wahre, des echten Europas würdige Englisch! Wer diese Worte gehört hat, wird nicht automatisch ein überzeugter Europäer. Aber die überzeugten Europäer, da bin ich mir sicher, haben irgendwann einmal diese und andere Worte in anderen Sprachen gehört und sie sind ihnen mehr wert als die Einheitswährung, als ihr Staat und sogar als ihre Nation; diese Worte sind Europa; sie sind das, was Europa werden und was es geben kann, sich selbst und der ganzen Welt.

Aus dem Französischen von Reto Gustin

Der Schriftsteller und Essayist **Etienne Barilier**, geboren 1947, hat rund vierzig Romane („Le chien Tristan“, „La créature“, „Le dixième ciel“, „L'énigme“ ...) und Essays verfasst. Zwei seiner Essays sind musikalischen Themen gewidmet („Alban Berg“ und „B-A-C-H“). Andere befassen sich mit Literatur, Philosophie oder Politik, insbesondere mit Europa. Dies gilt auch für „Contre le nouvel obscurantisme“ (Europäischer Essaypreis 1995), das in deutscher Übersetzung erschienen ist („Gegen den neuen Obskurantismus“, Suhrkamp 1999).

Globalisierung geschieht!
Die EU muss in die
Offensive, um sie mitzu-
gestalten. Sie ist nicht das
trojanische Pferd der
Globalisierung, sondern
unsere Antwort darauf ...
Europa ist der tiefe
Humanismus des Erasmus
ebenso wie die scharfe
Ironie des Voltaire.
Es ist die Freiheitsliebe aus
Schillers Don Carlos und
Beethovens Fidelio ebenso
wie die Toleranz
von Lessings Nathan
dem Weisen.





WIE KLINGT EUROPA? MP3, Internet, Handys und Heimkino haben die Musikwirtschaft erobert. Um die Herausforderungen der künftigen Musikwelt zu meistern, sind EU-Kulturprogramme ein Schritt hin zu einer besseren Verbreitung von Werken und Künstlern, zu erweitertem Austausch und Kooperationen. Für eine nachhaltige europäische Musikpolitik müssten die nichtmedialen Industrien aber besser eingebunden werden.
Von Jean-François Michel



Kultur hat viele emotionale Facetten, aber Musik bewegt uns im Innersten. Sie spricht eine universelle Sprache, mit der sich besonders die jüngere Generation verständigt und war die erste Form von Kunst, mittels derer die Menschen sich ausdrückten. Sie ist omnipräsent, spiegelt menschliche Kulturen und deren Daseinsberechtigung rund um den Globus wider. Musik war von jeher ein Kern im kulturellen Leben Europas und ist auch heute die Kunstform, in der jüngere Menschen bevorzugt ihre Kreativität und nationale Besonderheiten ausleben.

Stärker als je zuvor ist Musik dafür prädestiniert, den interkulturellen Dialog zu beleben. Millionen von Menschen, die zu internationalen Festivals pilgern

oder Platten ausländischer Künstler kaufen, zeigen, dass Musik nationale Grenzen überwindet und ein gemeinsames Europa schafft. Musik hat einen bedeutenden Anteil an der sozialen Integration von Minderheiten in Europa.

*Musik für kulturelle
Vielfalt in Europa*

600.000 Menschen in der EU leben von der Musikindustrie, deren Umsätze weltweit 40 Milliarden Euro übersteigen. Kunst muss an die Öffentlichkeit gebracht und zugänglich gemacht werden, um künftigen Interpreten den Zugang zu Künstlern zu gewähren und das gewünschte Publikum anzusprechen. Die Kulturindustrie ist unverzichtbar, um Kunst zu etablieren, sie zu verbreiten und zu umwerben. Es ist unabdingbar, dass Verleger und Plattenkonzerne ihre Aufgabe der Förderung von Kreativität ebenso wie diverse Aktienhändler auf dem Musikparkett, die alle ihren Teil dazu beitragen, das Publikum zu erreichen, ernst nehmen. Die Anstrengungen der Aktieneigner spielen sich im Rahmen der Kulturwirtschaft ab, die je nach Geschäftsbereich variieren. Die industrielle Reproduktion eines kulturellen Produkts trägt dazu bei, die kulturelle Vitalität und die Vielfalt in Europa am Leben zu erhalten.

Dabei spielt der Musiksektor für die wirtschaftliche Entwicklung der EU eine ebenso wichtige Rolle wie für die kulturelle Vielfalt. Er spielt sich in einer begrenzten Zahl multinationaler Konzerne – die Musikindustrie wird von vier Unternehmen dominiert – ab, und in einer großen Anzahl kleinerer Firmen, die Platten produzieren, veröffentlichen und vertreiben, während andere Konzerte und Touren organisieren. Immer mit dem Ziel vor Augen, dem Publikum die Chance einzuräumen, neue Künstler und Kulturzweige zu entdecken.

Die Stimme des Musikgeschäfts

Das European Music Office ist eine internationale Non-Profit-Organisation, die internationale und nationale Musikoorganisationen sowie Verbände im europäischen Musikgeschäft zusammenführt. Gemeinsam mit seinen Mitgliedern und anderen Handelsorganisationen sowie nationalen Instituten vermittelt es die Vielfalt der europäischen Musik und vertritt deren Interessen in Europa und darüber hinaus. Die europaweiten Aktivitäten knüpfen an die Ziele der Europäischen Union im Kultursektor an: eine leichtere Verbreitung von Werken, der Austausch von Künstlern, Kreativen und Produktionen, Kooperationen jeglicher Art sowie die Mobilität von Musikschaffenden, indem der Zugang zu Neuentdeckungen von Künstlern und Kulturen in ganz Europa erleichtert wird. Das EMO ermutigt auch zum Aufbau professioneller Netzwerke und Einrichtungen im Europäischen Musiksektor.

Mit der European Music Platform koordiniert das EMO außerdem europäische Projekte, die von der EU kofi-

nanziert werden, sei es im Bereich des Informationsaustauschs, der Unterstützung von Livemusik oder der Förderung professioneller Musikschaffender in Europa. In Bezug auf die transnationale Mobilität der Beschäftigten im Kulturbereich, zielen Projekte wie das European Talent Exchange Programme und der European Tour Support darauf ab, die Mobilität von Beschäftigten sowie von Künstlern zu erleichtern.

Das europäische Talentaustauschprogramm ETEP und das Förderprogramm ETS¹ unterstützen die transnationale Verbreitung von künstlerischen Werken und kulturellen Erzeugnissen, indem sie Touren im Ausland unterstützen. Das Projekt Exchange of Information vermittelt Experten und Künstlern wissenswerte Informationen, um die Mobilität innerhalb Europas zu verbessern. Vorhaben wie die Einrichtung eines Büros in New York und China sind Beispiele für internationale Mobilität und interkulturellen Dialog. Das EMO ist auch in Sachen Lobbyismus für europäische Einrichtungen und nationale Regierungen aktiv. Im Rahmen des neuen EU-Kulturprogramms 2007-2013 will das EMO im Rahmen von Projekten besonders Initiativen unterstützen, die der Förderung der Kulturindustrien und deren Programmen dienen.

Ein europäisches Programm für Musik

Das Kernziel des EMO ist die Konzeption und Umsetzung einer abgestimmten Musikpolitik durch die EU und deren Mitgliedstaaten – eine spezifische und notwendige Hilfe für den europäischen Musiksektor. Nur so können die Ziele der

EU in diesem Bereich erreicht werden. Die Europäische Kommission, das Europäische Parlament sowie der Rat der Europäischen Union arbeiten gerade an einer neuen Generation von Kultur- und Medienprogrammen. Die Einführung dieser Programme von 2007 bis 2013 ist unabdingbar für die Entwicklung der kulturellen Szene Europas und die Verbesserung der Mobilität von Produkten, Services ebenso wie für Künstler und Kulturschaffende. Diese neue Generation kultureller und audio-visueller Programme wird auch für die Zweige der europäischen Kulturindustrie von Vorteil sein, die nicht im Medienbereich aktiv sind und bislang in regionale Korsette gezwängt sind, sowohl auf dem europäischen als auch dem Weltmarkt.

Außerdem muss eine wirksame und ernst zu nehmende europäische Strategie der Musikförderung im Speziellen und der Musikindustrie im Allgemeinen auf Initiativen vertrauen, die einerseits die geistigen Urheberrechte stärken, und andererseits das Problem der Piraterie in den Griff kriegen.

In jedem Fall ist offensichtlich, dass das Programm 2007-2013, wie es jetzt dasteht, keinen bemerkenswerten Fortschritt erzielen kann, da die Pilotprojekte bewiesen haben, dass die nichtmedialen Industriezweige auf mehr Unterstützung angewiesen sind und flexible Finanzierungsoptionen benötigen. Aus diesem Grunde spricht sich das EMO nach dem Vorbild des MediaPlus-Programms für die Schaffung eines spezifischen Programms für die Kulturindustrie aus.

Frankreich

Im Jahr 2003 war Frankreich nach Angaben der Internationalen Phonover-

bände (IFPI) der weltweit viertgrößte Musikmarkt (nach den USA, Japan und Großbritannien) mit einem Handelsumsatz von knapp zwei Milliarden Dollar, was 6,4 Prozent der weltweiten Verkäufe entspricht. Frankreich verbuchte mit einem Einbruch um 21,4 Prozent im ersten Jahresdrittel 2004 seinen stärksten Verkaufsrückgang auf den Plattenmärkten, der das vorherige sechsjährige Wachstum von durchschnittlich drei Prozent zunichte machte. Bei der Verteilung nach Musikgenres bestimmt die nationale Popmusik mit 37,6 Prozent den Gesamtumsatz. Allgemein gesprochen ist Frankreich seit 1999 noch vor Großbritannien das europäische Land, in dem die lokalen Repertoires zusammengekommen das stärkste Gewicht haben.

Im Jahr 2003 vermerkte die „National Union of Phonographic Publications“ ein konstantes Wachstum in diesem Marktsegment, das in absoluten Werten 60 Prozent – gegenüber insgesamt 35,5 Prozent für internationale Genres und 4,5 Prozent für klassische Musik – ausmachte.

Diese neue Generation kultureller und audio-visueller Programme wird auch für die Zweige der europäischen Kulturindustrie von Vorteil sein, die nicht im Medienbereich aktiv sind und bislang in regionale Korsette gezwängt sind, sowohl auf dem europäischen als auch dem Weltmarkt.

Deutschland

In den vergangenen sechs Jahren ist der Anteil der deutschen Musikkäufer kontinuierlich gesunken. Waren es im Jahr 1997 noch 52,6 Prozent, sank die Quote im Jahr 2003 auf 40,1 Prozent. Hatte Deutschland bis vor einigen Jahren den Spitzenplatz in Europa inne, führte der dramatische Umsatzeinbruch zu einem Abstieg auf den dritten, und weltweit fünften, Platz.

Seit 1996 hat die IFPI den „Platinum Europe Award“ an viele deutsche Alben mit mehr als einer Million in Europa verkaufter Exemplare vergeben, die allerdings vornehmlich in deutschsprachigen Ländern abgesetzt wurden. Andere Vertriebsformen für Populärmusik stecken in Deutschland noch in den Kinderschuhen, in krassem Gegensatz zum Absatz von klassischer Musik, bei der Deutschland aus ökonomischen wie auch bildungs- und kulturpolitischen Gründen eine herausragende Rolle einnimmt.

Spanien

Mit 1,7 Prozent des weltweiten Musikmarkts nimmt Spanien den neunten Platz ein, nach den USA, Japan, Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Australien, Kanada und Italien. Spaniens Pro-Kopf-Kaufkraft bewegt sich mit 22.403 US-Dollar deutlich unter der anderer europäischer Länder (im Vergleich dazu: US-Dollar 26.345 in Frankreich, US-Dollar 26.751 in Italien). Der Spanier gibt im Jahr im Durchschnitt mit am wenigsten in Westeuropa aus, am wenigsten waren es 2004 10,50 Euro.² Handy-Telefone (GSM and 3G), MP3, Internet, DVD und Heimkino werden auch in Spanien immer populärer, obwohl die Marktdaten im Vergleich zu

anderen europäischen Ländern zurückbleiben. – Bei den Internetanschlüssen rangiert Spanien in Europa nur auf dem zwanzigsten Platz, hinter verschiedenen neueren EU-Mitgliedern wie Slowenien, der Tschechischen Republik und Estland.³

Großbritannien

Das Vereinigte Königreich macht 9,3 Prozent der weltweiten Musikverkäufe und rund 15 Prozent des globalen Musikmarktes aus.⁴ Im Jahr 2000 wurde die dortige Musikindustrie auf einen Wert von 3,624 Milliarden Pfund geschätzt. Rund 130.000 Menschen sind in der Branche beschäftigt, jährlich erscheinen etwa 5.000 neue Singles und 20.000 Alben, und als Repertoire-Quelle liegt Großbritannien nur noch hinter den USA. Die Musikindustrie wird von einer Reihe multinationaler Konzerne – Warner's, EMI, Universal, BMG und Sony – beherrscht, aber 90 Prozent des Musikgeschäfts werden von kleinen und mittleren Unternehmen bestritten. Ihr Erfolg beruht auf der Qualität und Vielfalt der im Land hervorgerufenen Talente.

Nach Angaben der IFPI ist Großbritannien einer der wenigen Musikmärkte auf der Welt, in dem der reine Umsatz im Jahr 2003 leicht um 0,1 Prozent wuchs (auf 3,216 Milliarden US-Dollar, was rund 1,632 Milliarden Pfund entspricht). Der Musikkonsum machte insgesamt 2,1 Milliarden Pfund aus, womit die Briten nach den Pro-Kopf-Ausgaben für Musik nur hinter den Norwegern rangieren. Insgesamt bewies die britische Plattenindustrie 2003 eine anhaltende Stärke, obwohl die gesamten Industriegewinne leicht auf 1,177 Milliarden Pfund zurückgingen.

Trotz wachsenden Wettbewerbs in der Unterhaltungsindustrie konnte das Musikgesamtgeschäft 2003 vier Prozent wettmachen, auch die Gewinne aus den Plattenverkäufen stiegen zum ersten Mal nach fünf Jahren wieder um 3,7 Prozent. Allein die Verkäufe von Single-CDs stiegen nach ihrem Volumen um 15,4 Prozent und 8,1 Prozent nach ihrem Wert.⁵ Den sinkenden Single-Verkaufszahlen war die Plattenindustrie zum Beispiel mit einer Preissenkung besonders für CDs begegnet. Gleichzeitig verdoppelten Musik-DVDs in Großbritannien ihren Marktanteil und stellten 2003 bereits vier Prozent des nationalen Musikmarkts dar, in dem die Download-Verkäufe im Jahr darauf zwei Millionen Einheiten erreichten.

Obwohl der Anteil des internationalen Repertoires auf dem Markt kontinuierlich angewachsen ist, bleibt britische Musik im eigenen Land wie auch weltweit sehr gefragt. Im Jahr 2003 verbuchten britische Interpreten – klassische Musik und Sammelalben ausgenommen – allein 47 Prozent der Einzelkünstlerverkäufe, knapp vor den US-Künstlern mit jeweils 34,6 Prozent und 45,4 Prozent. 2006 überflügelten die US-Interpreten bei den nationalen Plattenverkäu-

fen erstmals ihre britischen Kollegen. Zugleich wurde eine „neue britische Invasion“ auf den Überseemärkten ausgemacht, besonders in den USA, wo im Jahr 2003 vor allem Künstler wie Franz Ferdinand, Joss Stone und „The Darkness“ großen Erfolg hatten.

*Aus dem Englischen von
Stephan Hollensteiner*

Jean-François Michel ist Generalsekretär des European Music Office in Brüssel. Er leitet das Französische Musikexportbüro, ist Mitglied im Expertenteam des Haut Conseil Culturel Franco-Allemand sowie Manager von JFM Consultant (früher Mediactiv). Von 1984 bis 1992 war er Direktor des Fonds pour la Création Musicale (FCM) in Paris. Von 1975 bis 1984 initiierte er kulturelle Aktivitäten in Paris, wie das Kulturzentrum Forum des Halles, einen Jazzclub und ein Choreografie-Studio in La Défense.

¹Die European Music Platform hat unter Leitung des European Music Office (EMO) mit Hilfe der Europäischen Kommission das European Tour Support Programm, das Europatourneen europäischer Künstler anregen soll, auf den Weg gebracht.

²Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2005.

³Internet World Statistics, 2004 & 2005.

⁴Figures from the Department for Culture, Media and Sport (DCMS), Creative Industries, 2004.

⁵BPI Quarterly Market Review – August 23 2004.

HABEN WIR DEN BLUES? Wie wird das Musikgeschehen in Europa beeinflusst? Mit der Globalisierung rücken gesellschaftliche Veränderungen durch Musik sowie deren identitätsstiftende Funktion ins Blickfeld von Forschern. Wie wirken sich technologische Entwicklungen auf traditionelle Plattenfirmen und Musikkonsumenten aus? Bleibt die Dominanz englischsprachiger Popmusik ein Axiom der globalen Musiklandschaft?

Von Jonas Bjälesjö



Wer wird den nächsten Eurovision Song Contest gewinnen? Wird es wieder Vorwürfe geben, die baltischen Staaten schanzten sich gegenseitig die Stimmen zu? Während sich im Grunde ein europäischer Kern in der Pop- und Rockmusik seit den 50er Jahren nur schwer ausmachen lässt, ist der Eurovision Song Contest beispielhaft für den Anspruch, die europäische Vielfalt in ihren nationalen Ausprägungen zu repräsentieren.

Der Eurovision Song Contest wird in Zusammenarbeit von Fernsehsendern innerhalb der European Broadcasting Union seit 1956 jährlich veranstaltet. Bemerkenswert ist die Bandbreite der Siegerländer seit 2000: Dänemark, Estland, Lettland, Türkei, Ukraine, Griechenland

und Finnland – allesamt Länder, die in Europa in der Popmusik sonst weniger tonangebend sind. Der Musikwettbewerb genießt in verschiedenen Ländern jeweils einen anderen Status und unterschiedliche Aufmerksamkeit – immerhin nehmen beinahe alle europäischen Länder daran teil, was die angelsächsische Dominanz in ihre Schranken weist. Zwar wird meist auf Englisch gesungen, aber viele Länder nutzen die Plattform, um nationale Attribute und kulturelle Besonderheiten zu präsentieren. Der Grand Prix Eurovision de la Chanson hat etwa den neuen osteuropäischen EU-Ländern den Weg auf europäische Bühnen geebnet.

Auch wenn übergreifende europäische Produktionen rar gesät sind, fördern diverse Förderprogramme die Ausschöpfung und Verbindung der vielfältigen musikalischen Potenziale. „Muzone“ etwa ist ein Musikausbildungsprogramm in Zusammenarbeit mit dem EU-Leonardo-Programm, dem europäischen Aktionsprogramm der Berufs- und Hochschulbildung, das die Zusammenarbeit in der Berufsbildungs- und Hochschulpolitik auf europäischer Ebene fördern soll. Die Festival-Organisation „Yourope“ setzt sich für den Musikaustausch ein und nicht zuletzt trifft sich die europäische Musikindustrie regelmäßig auf verschiedenen Branchenmessen wie der

„Midem“ in Cannes und der „Popkomm“ in Berlin.

Eine Volksmusik für Europa?

Alle europäischen Länder pflegen ihre Traditionen einheimischer Musik. Volksmusik war – und ist es in bestimmten Ländern auch heute noch – ein wichtiges Ausdrucksmittel, um lokal, regional oder national verankerte Identitäten zu schaffen. Bestimmte Volksmusik wie etwa die irische konnte sich bis zu einem bestimmten Grad im übrigen Europa durchsetzen, meist war und ist volkstümliche Musik aber eine nationale Angelegenheit. Die Erweiterung der Europäischen Union hat die Verwendung und Bedeutung der nationalen Volksmusik kaum beeinflusst, sie hat lediglich in gewissen Regionen, Ländern oder Städten an Bedeutung gewonnen. Dass Volksmusik zu einer europäischen Identität beitragen kann, findet etwa der Ethnologieprofessor Jonas Frykman: „Man hat auf die ‚Regionen Europas‘ gesetzt. Dort vollzieht sich eine Verschmelzung von lokalen und europäischen Traditionen. Seit Beginn des Millenniums spielen Ort, Heimat und Wurzeln eine immer größere Rolle“.

Es gibt auch europäische Popmusik, die aufgrund von Sound, Genre, Stil und Image innerhalb der Landesgrenzen marktführend ist. Trotz ihres Potenzials zur globalen Popularität und ohne deutliche geografische Verbindung wird diese Popmusik selten außerhalb der eigenen Landesgrenzen gehört. Nicht ohne Grund: Markt und Publikum beschränken sich größtenteils auf die nationalen Grenzen, da die Texte oft in der Muttersprache verfasst werden und sich zudem meist auf inländische Probleme beziehen.

Europäische Popmusiker produzieren also durchaus auf Weltniveau, sind aber inhaltlich oft spezifisch an die jeweilige Nation gebunden.

Ebenso kann Musik mit außereuropäischen Wurzeln weltweit erfolgreich sein. Hip-Hop ist nur ein Beispiel. Auch wenn es afro-amerikanische Wurzeln hat, ist es unter Jugendlichen in Europa sehr verbreitet, oft unter Immigranten. Hip-Hop spricht viele Sprachen, sowohl im Vergleich zwischen einzelnen europäischen Ländern, als auch an unterschiedlichen Orten innerhalb der europäischen Länder.

In der Entwicklung Europas spielt das Verhältnis zwischen Musik, Ethik, Nationalismus, sozialem Hintergrund, Alter, Geschlecht und Ort eine wichtige Rolle. Diese Faktoren sind Orientierungspunkte für Individuen, soziale Gruppen und Regionen. Ein durch Musik gewachsenen Zugehörigkeitsgefühl fordert Normen und Werte der Gesellschaft heraus und schafft alternative, kulturelle Ausdrucksweisen und Stile. Soziale Gemeinschaften sind oft wichtige Ausdrucksformen für Randgruppen und können – als Voraussetzung für die Herausbildung lokaler Nuancen – Widerstand gegen homogene Tendenzen innerhalb der Kulturindustrie erzeugen. Besonders in der

Markt und Publikum beschränken sich größtenteils auf die nationalen Grenzen, da die Texte oft in der Muttersprache verfasst werden und sich zudem oft auf nationale Probleme beziehen.

heranwachsenden Generation gibt es eine Menge weiterer Beispiele von musik- und lebensstilorientierten Gemeinschaften in Europa, die Netzwerke schaffen und sich austauschen. Dieses translokale Netzwerk wird etwa durch persönliche Kontakte und Besuche aufrechterhalten sowie durch Konzerte, Festivals, Fanzines, Maillisten, Webseiten, Clubs etc. Welche Voraussetzungen und Prozesse beeinflussen das Musikgeschehen der Gegenwart und Zukunft in Europa?

Pop- und Jugendkultur in Europa

Jugendkulturen weltweit zeichnen sich durch räumliche Offenheit aus, durch eine Mischung aus lokalen, globalen und kulturellen Mustern sowie sozialen Einflussfaktoren. Mythologie, Erzählung und Geschichte von Popmusik lebt vom Bezug zu Veranstaltungen, Ereignissen, Momenten, Personen und Orten, aus denen sich Musik- und Lebensstile herausbilden. Gleichzeitig ist Jugendkultur im Allgemeinen und Popmusik im Besonderen ein Beispiel für einen postmodernen Zustand, in dem Zeit, Raum und Standort kontinuierlich zu komplexen Mustern ver- und wieder entflochten werden.

Die Soziologen Mike Featherstone und Scott Lash fassen es so zusammen: „Heutzutage grenzen Kulturen sich intern ab. Extern sind sie in Netzwerke anderer Kulturen eingebunden, was die Definition von Grenzen erschwert.“ Der Medienforscher James Lull bezeichnet die lokale Umformung globaler Ansichten und Produkte als „kulturelle Reterritorialisierung“.

Mit dem Siegeszug der Globalisierung auch in der Popmusik interessiert sich

auch die Forschung verstärkt für den Zusammenhang von gesellschaftlichen und popmusikalischen Veränderungen sowie den Stellenwert der Selbstdarstellung von Menschen und Identitätsbildung. Diskussionen um Popmusik drehen sich oft darum, wie globale Prozesse sich auf lokaler Ebene bemerkbar machen. Wie gehen die Menschen mit Musik um, wenn sie die lokalen Bedingungen und eigene Erfahrungen mit ihr verknüpfen? Welchen Einfluss haben diese Prozesse auf die Identitätsbildung? Der Ort kann als Teil globaler Tendenzen und Auffassungen und nicht als deren Gegensatz betrachtet werden. Daraus resultiert ein lokaler und globaler – also globaler – Prozess. Popmusikalische Entwicklungen sind „translokal“, da sie gleichzeitig von weltweiten, kulturellen Einflüssen und Homogenisierungstendenzen und gleichzeitig von lokalen Variationen und Vielfalt gesteuert werden.

Kulturelle Verhaltensmuster junger Menschen in Europa bilden sich in einem offenen Raum gegenseitiger Beeinflussung und sozialen Beziehungen. Sie versuchen, diesen Raum gegenüber ihrer Umgebung abzugrenzen. Für viele junge Menschen ist die Organisation ihres Existenzraums eng mit dem Identitätsaufbau verknüpft. Die räumliche Konstruktion ist ein wichtiger Faktor in der Entwicklung sozialer Identität, die Hand in Hand mit der Identifikation mit einem Ort geht. So sind Menschen nicht nur „Festivalbesucher“, „Punks“ oder „Hip-Hopper“, sie übernehmen diese Rollen zu jeder Zeit an jedem Ort. Besonders in der Popmusik haben Jugendliche und deren Ausdrucksweisen ein starkes Potenzial ebenso für globale Grenzenlosigkeit, als auch für die Anpassung an lokale Eigenheiten.

Die Dominanz von englischsprachigen, anglo-amerikanischen Ländern in der Popmusik ist unverkennbar, sowohl was die Präsenz in den Medien, als auch die Verkaufszahlen und Konzertbesuche betrifft. Das Angebot diverser Musikkanäle im Fernsehen konzentriert sich auf amerikanische und britische Musik, je nach Ausstrahlungsland mit regionalen Unterschieden, da die Pop- und Rockmusik historisch in den USA und Großbritannien wurzelt. Betrachtet man etwa Programme europäischer Musikfestivals mit abwechslungsreichen, nicht genrespezifischen und popmusikalischen Angeboten, stellt man oft fest, dass der überwiegende Teil der Hauptacts und bekannten Künstler aus den USA und Großbritannien stammt.¹

Hörgewohnheiten im Wandel

„Neue digitale Übertragungskanäle katapultieren den Musikkonsum auf ein hohes Niveau. Die Konsumenten wünschen sich stärker als je zuvor vielfältige Zugänge zur Musik.“² Technische und digitale Entwicklungen verändern Musikproduktion und -vertrieb auch in Europa und zwingen die Industrie, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und ihre Arbeit umzustrukturieren. Parallel zum Musikgeschäft ändern sich Hör- und Konsumgewohnheiten. Heutzutage führen nicht mehr nur Plattenfirmen die Entwicklung an, verschiedene IT-, Telekommunikations- und Medienfirmen haben das Zepher übernommen. Damit haben sich die Machtverhältnisse zwischen Musikfirmen, Produzenten und Konsumenten demokratisiert, es ist bedeutend einfacher und billiger, Musik zu produzieren und zu vermarkten. Daraus resul-

tieren neue Perspektiven der Distribution für neue, unbekanntere Künstler. Die Differenz zwischen Musikproduktion und -verbrauch schrumpft weiter, denn die aktuelle Technik ermöglicht sowohl erweiterte Möglichkeiten zur Produktion in Eigenregie, als auch neue Formen des Musikkonsums durch neue digitale Formate in Form von Musikdateien und digitalen Vertriebstechniken – Mobiltelefone, MP3-Player, iPod etc. gewinnen an Einfluss. Über den digitalen Markt sagt John Kennedy vom Internationalen Phonoverband IFPI: „Heutzutage wandelt sich die Musikindustrie zunehmend in ein digital literarisches Gewerbe. [...] Das digitale Musikbusiness wächst weiter. Das Handelseinkommen hat sich 2006 auf etwa zwei Milliarden Dollar verdoppelt – das macht etwa zehn Prozent unserer Verkäufe aus. Wir erwarten, dass bis 2010 mindestens ein Viertel aller Musikverkäufe weltweit digital abgewickelt werden.“

Durch neue Vertriebstechniken und Konsummuster verändert sich auch die soziale Funktion der Musik. Sozial vernetzte Webseiten erleben einen Boom, hier kann man sich selbst darstellen oder Musikwerke oder Interessen präsentieren. Die „Explosion“ von Webseiten wie YouTube, LastFM und allen voran MySpace mit über 60 Millionen registrierten Anwendern im September 2006³ haben ein weites Kontaktnetzwerk sowohl für Künstler als auch Musikhörer und Plattenfirmen geschaffen. Diese Webseiten funktionieren wie Communities für Fans und Musikinteressierte. Künstler wie die Arctic Monkeys und Lilly Allen sind durch Myspace populär geworden. „Manche Bands haben sogar begonnen, ausschließlich ‚virtuelle‘ Konzerte zu geben; Ben Folds veranstal-

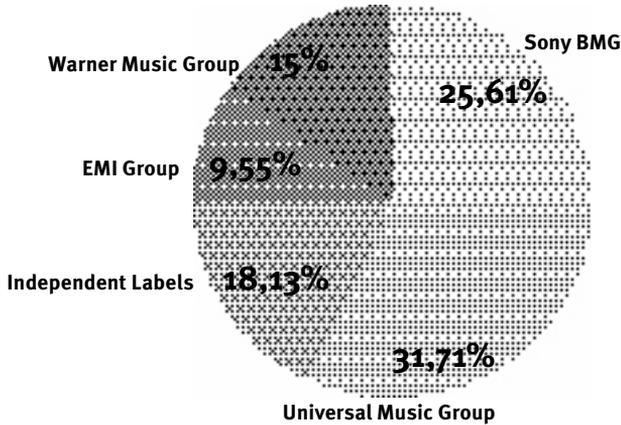
tete eine virtuelle Releaseparty in der virtuellen 3D-Welt ‚Second Life‘ im Oktober 2006 und veröffentlichte auf diesem Weg sein Album ‚supersunnyspeedgraphic, the LP!‘. Damon Albarns neues Projekt ‚The Good, The Bad and The Queen‘ haben einen exklusiven MySpace-Auftritt im Dezember 2006“.

Die Digitalisierung bietet den Fans schnellere Aktualisierungen und einen engeren Austausch untereinander, etwa, wenn es um Karriere Neuigkeiten oder banale Geschichten aus dem Leben des Idols geht. MySpace bietet die Möglichkeit, Neuigkeiten und Geschichten über Lieblingskünstler zu veröffentlichen. Plattenfirmen in Europa nutzen soziale Netzwerk-Webseiten, um Kontakte zwischen Fans und deren Künstlern zu knüpfen und wecken so das Interesse auch für andere Musikstile. Die Webseite Last FM hat etwa ein „Taste-o-meter“ lanciert, das wie ein „Dating-Service“ funktioniert und auf musikalischen Vorlieben beruht.

Downloads von einzelnen Songs sind auf dem Vormarsch. Laut IFPI sind sie

Plattenfirmen in Europa nutzen soziale Netzwerk-Webseiten, um Kontakte zwischen Fans und deren Künstlern zu knüpfen und wecken so das Interesse auch für andere Musikstile. Die Webseite Last FM hat etwa ein „Taste-o-meter“ lanciert, das wie ein „Dating-Service“ funktioniert und auf musikalischen Vorlieben beruht.

zwischen 2005 und 2006 um 89 Prozent gestiegen. Neben dem Herunterladen einzelner Lieder und Mastertones werden auch Downloads für Klingeltöne, digitale Alben und Musikvideos beliebter. Die Anzahl verkaufter MP3-Geräte – allen voran der iPod von Apple – wuchs im Jahre 2006 um 43 Prozent. Auch Mobiltelefone werden immer mehr zum zentralen Musikträger und -spieler. Nokia hat im Oktober 2006 sein Musikwarenzeichen Xpress Music auf den Markt gebracht, das es ermöglicht, bis zu 1.500 Lieder auf Mobiltelefone herunterzuladen. Nokia wird zudem als Ergänzung zum Telefonmarkt einen Music Store lancieren. Laut Ed Averdieck, Managing Director bei Nokia Music Service, dominiert in Zukunft Multifunktionalität. Mobilität ist das Schlüsselwort sowohl für Produzenten als auch für Konsumenten. Jean-Francois Cecillon, Vorsitzender von EMI Music Continental Europa, behauptet: „Immer mehr Konsumenten nutzen ihre Telefone, um Musik zu hören oder Musik, um ihren Handys eine eigene Note zu geben. Musik ist ein zentrales Thema in der Mobiltelefonie geworden [...]“. Aber die größten Diskussionen drehen sich immer noch um den umfassenden Zugang und das illegale Herunterladen von Musik, in Form von P2P-Dateien-Sharing. Die illegale Piraterie wird als Hauptbedrohung für die Musikindustrie und Künstler angesehen, weil hier Urheberrechte ausgehöhlt werden. Aber vermutlich werden auch die großen Majorplattenfirmen bald den Erwerb uneingeschränkter Digitaldateien zulassen. Die meisten Independent-Labels verkaufen ihre Musik bereits in MP3-Formaten, die ohne Kopierschutz heruntergeladen und kopiert werden können.



Aufteilung des globalen Musikmarkts - Nielsen Sound Scan 2005

Das wäre eine kleinere Revolution und die Rückwirkungen wären für den gesamten Musikmarkt, europa- wie weltweit, zu spüren. Die Monopolstellung der Majorfirmen, die bislang rund 80 Prozent des Weltmusikmarkts beherrschen, wäre Vergangenheit.

Zukunftsmusik

Popmusik in Europa ist ein Teil einer globalen Industrie und die vier großen Majorfirmen EMI, Sony BMG, Universal und Warner dominieren den Weltmarkt. Aber dennoch prägen viele kleine – nicht immer kommerziell gepolte – Labels die Musikindustrie¹. Die meisten Firmen sind Teile in einem kulturindustriellen Konglomerat, das sich durch ein komplexes Muster von Allianzen, Zusammenarbeiten, Partnerschaften, Zusammen- und Teilhaberschaften, Joint Ventures etc. auszeichnet. Aber Musik ist mehr – sie untermauert Identität, Sinn und angemessenes soziales Verhalten. Popmusik ist Kultur und Massenware zugleich, äs-

thetisch und ökonomisch relevant, kulturell bedeutsam und massentaugliches Medienprodukt. „Musik sind komplexe Systeme sozialer Anwendungen und Bedeutungen mit Ritualen und Regeln, Hierarchien und Systemen zur Glaubwürdigkeit. Musik kann aktive Kunstform sein und auch passive Konsumerfahrung [...] Ferner geht es im populären Teil nicht nur um den Markterfolg kultureller Produkte wie den Verkauf von CDs, Musikvideos, Konzerten. Es geht um Trends, um soziale Zusammenhänge, in denen die Fans sich bewegen und deren Bindungen an eine bestimmte Musik, um menschliche Beziehungen. Es gibt keine formelle Definition von Popmusik.“

*Aus dem Schwedischen
von Birgit Wittlinger*

Jonas Bjälesjö studierte an der Universität Linköping Geschichte, Politik und Soziologie. Er ist Vorsitzender des Swedish Rockarchive, schwedischer Partner im europäischen Leonardo-Projekt Muzone sowie Mitglied in der IASPM-Norden (International Association for the Study of Popular Music). Diverse Forschungsprojekte und Veröffentlichungen zum Thema Jugend und Musik in der Europäischen Union. In seiner empirischen Promotion zum Rockfestival „Hultsfred“ analysierte er die Bedeutung von Musik für kulturelle Prozesse auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene.

¹ Der Vergleich bezieht sich auf Festivals, die nicht auf der Webseite der Interessenorganisation für europäische Festivals, Yourope (www.yourope.org), auftauchen.

² IFPI: 07 Digital music report s. 4.

³ Fiveeight Music, September 2006, nr 58.

⁴ In Schweden haben z. B. 99,4% aller Firmen innerhalb der Musikindustrie bis zu 19 Angestellte. (Nielsen 2006:17).

Quellen

Bennett, Andy & Peterson, Richard A. (2004): Music scenes: local, translocal and virtual. Nashville: Vanderbilt University Press.

Bennett, Andy (2000): Popular music and youth culture: music, identity and place. London: MacMillan Press Ltd.

Connell, John & Gibson, Chris (2003): Sound tracks: popular music, identity and place. London: Routledge.

Escott, Colin & Hawkins, Martin (1991): Good rockin' tonight: Sun Records and the birth of rock'n'roll. New York: St. Martin's Press.

Featherstone, Mike & Lash, Scott (1999): Introduction. In: Featherstone, Mike & Lash, Scott (red): Spaces of culture: city, nation, world. London: Sage Publishers.

Forman, Murray (2002): The hood comes first: Race, space, and place in rap and hip-hop. Hanover, N.H.: Wesleyan University Press.

Frith, Simon (1996): Music and Identity. In: Hall, Stuart & Du Gay Paul (red): Questions of cultural identity. London: Sage Publishers.

Frykman, Jonas (2000): Mötet med något annat: om regionalitet och lokal identitet. In: Andersson Karl-Olof: Mötet med något annat – Om regionalitet och lokal identitet. Stiftelsen Framtidens kultur. Lokal kultur – en seminarierie. Rapport nr. 4.

Frykman, Jonas (2001): Motovun och tingens poesi. In: Hansen, Kjell & Salomonsson, Karin (ed): Fönster mot Europa – platser och identiteter. Lund: Studentlitteratur.

Harvey, David (1996): Justice, nature and the geography of difference. London: Blackwell.

Hesmondhalgh, David (2002): The cultural industries. London: Sage Publishers.

Johansson, Thomas & Sernhede Ove (2001): Identitetens omvandlingar: Black metal, magdans och hemlöshet. Göteborg: Daidalos.

Kruse, Holly (1993): Subcultural identity in alternative music culture. In: Popular music. 12.1993, S. 31-43.

Massey, Doreen (1998): The spatial construction of youth cultures. In: Skelton, Tracey &

Valentine Gill (ed): Cool places: geographies of youth cultures. London: Routledge.

Mitchell, Tony (1996): Popular music and local identity: rock, pop and rap in Europe and Oceania. London: Leicester University Press.

Nielsén, Tobias (2006): Tiden efter: en översikt av den svenska musikbranschen. QNB Analys & Kommunikation AB.

Strage, Fredrik (2001): Mikrofonkåt. Stockholm: Atlas.

Szatmary, David P. (1996): Rockin' in time: a social history of rock-and-roll. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Vestel, Viggo (1999): Breakdance, red eyed penguins, vikings, grunge and straight rock'n'roll: the construction of place in musical discourse in Rudenga, east side Oslo. In: Young: Nordic Journal of Youth Research. 7.1999, 2.

Internet

www.muzone-europe.com

www.youropo.org

www.midem.com

www1.messe-berlin.de

www.myspace.com

www.youtube.com

www.lastfm.com

www.uands.com

www.emigroup.com/Press/2006/press73.htm

Sonstige

Fiveeight Music, September 2006, nr 58.

IFPI 2007. IFPI:07 Digital music report 2007.

International Federation of the Phonographic Industry, IFPI.

Shannon, Victoria, New York Times

20070123.

EUROPA LIEST Literatur aus Europa ist weltbekannt und beliebt. Von einer gegenseitigen Durchdringung der literarischen Welt in Europa kann jedoch keine Rede sein. Fehlende Fördermittel und hohe Übersetzungskosten verhindern einen umfassenden literarischen Austausch mit unseren Nachbarn. Ob die Buchreihen diverser Zeitungsverlage Abhilfe oder einen europäischen Literaturkanon schaffen können, ist fraglich.

Von Albrecht Lempp



In der überhitzten Netzwerkkultur unserer Zeit, in der wir in Echtzeit oder zumindest zeitnah Zeitzeugen von allem überall sein können, besteht kein Zweifel: Uns geht nicht nur die Übersicht verloren, sondern auch das Gespür für die Linearität der Geschehnisse. Das traditionelle Lesen eines Romans steht dazu quer – vom Schreiben des Romans einmal ganz abgesehen. Und doch bleibt das Buch ein immens wichtiger Teil unseres Lebens, unserer Kultur, unserer Wirtschaft und manchmal sogar unserer Politik.

Umso mehr überrascht es, dass das Buch gleichwohl nur bruchstückhafte Spuren in der Statistik hinterlässt, so dass wir uns mit der Feststellung anfreunden müssen: „Es gibt keine auch

nur einigermaßen zuverlässigen – unabhängigen und weitgehend anerkannten – Statistiken selbst zum Kernbereich des Themas Buch – Buchmarkt, Gebrauchtbuchmarkt, Übersetzungen, Kultur und Markt, oder Innovation.“

Und weiter: „Paradoxerweise hat das Buch – als traditionell wichtiges historisches Medium – kein (institutionelles) Gedächtnis in Europa.“¹

Dagegen könnte man vielleicht noch polemisieren. Aber seit die UNESCO aufgehört hat, neue und neu herausgegebene Titel zu zählen und seit sich 2001 der Weltverband der Verleger IPA (International Publishers Association) der Titelzählerei angenommen hat, bekommen wir zwar, wie der Börsenverein des deutschen Buchhandels vermeldet, zeitnahe Daten, aber bei weitem nicht so vollständig.² Ein Blick in die Statistiken der IPA treibt einem die Tränen in die Augen.

Doch es ist nicht der Mangel an statistisch gesichertem Material, der mir eine Beschränkung auf ausgewählte Themen nahelegt, sondern die Vielzahl der Themen, die eine ausführliche Diskussion verdient hätten, die hier aber höchstens als Negativliste Erwähnung finden können. Die Popularität eines Dan Brown oder eines Harry Potter zum Beispiel böte Material für eine horizon-

tale Darstellung in diesem Report. Die Wirkung solch exorbitanter Erfolge auf Buchmärkten, deren statistischer Kunde pro Jahr vielleicht 0,8 Bücher kauft, kann für die Verbreitung der nationalen Literatur ähnlich verwüstend sein, wie es der Auftritt des Kartoffelkäfers für die nächste Ernte ist.

Zu den neuen Phänomenen, die langsam auch die zahlenmäßig kleineren Buchmärkte verändern, auf den großen schon unübersehbar und mitbestimmend sind, gehören die Bücherregale voll mit Mangas, die von den meist jugendlichen Lesern wie selbstverständlich von hinten nach vorne gelesen werden. Der nicht mehr so junge Leser reibt sich die Augen und kann kaum den Bogen schlagen von der Flut japanischer Comichefte zu China und Südkorea als den Ländern, die pro Jahr die meisten Buchlizenzen bei deutschen Verlagen erwerben.

Literatur von Staats wegen

Doch lassen wir Asien und Dan Brown diesmal außen vor und richten unser Augenmerk auf zwei hausgemachte Phänomene. Beide haben Anteil daran, in welchem Umfang die Literaturen Europas in den Haushalten ihrer lesenden Bürger zur Verfügung stehen. Bei beiden ist zugleich die Frage angebracht, ob Intention und Wirkung in einer irgendwie nachvollziehbaren Weise miteinander verquickt sind.

Die erste Frage könnte in etwa lauten: „Was wird von Staats wegen für die Verbreitung der eigenen Literatur in Übersetzung getan?“, oder anders: „Wie wirkt es sich auf den Markt und die Verbreitung der nationalen Literaturen aus, wenn Regierungen das Buch als Sympathieträger in der Außenwerbung einsetzen?“

Die zweite Frage könnte lauten: „Was und wieviel des jeweils nationalen Leseschatzes steht den übrigen Lesern in der Europäischen Union zur Verfügung, die keine Fremdsprachen beherrschen oder

diese zumindest nicht nutzen?“, oder anders: „Gibt es eine Tendenz zum (europäischen) Einheitskanon, in dem gleichermaßen Autoren aus Europa Ost und Europa West vertreten sind, oder bleibt der Buchmarkt eine Domäne kunterbunter Vielfalt?“

Eines ist klar, von Anfang an: Wer glaubt, wir könnten in Übersetzung alles Wichtige lesen, was unsere europäischen Mitbürger veröffentlichen, deren Sprachen wir nicht können, ist auf dem Holzweg. Was uns in Übersetzungen zur Verfügung steht, sind Bruchteile von Bruchstücken. Ein schneller Blick auf die unzuverlässigen Tabellen der Titelproduktionen in einigen EU-Ländern und auf den Anteil der Übersetzungen an dieser Produktion zeigt schnell, dass wir nicht über Masse, sondern über Nischen reden (in die, das sei zugegeben, Massenphänomene wie oben erwähnt mit der Wucht einer Lawine einschlagen können): Knapp 160.000 Titel geben britische Verlage pro Jahr heraus (2004). In Deutschland, dem zweitgrößten Produzenten neuer Bücher, sind es etwa halb so viele: knapp 80.000 Neuerscheinungen bzw. fast 90.000 Buchtitel insgesamt (2005). Im unteren Mittelfeld liegen unter anderen Polen mit gut 20.000 (davon 12.000 Neuerscheinungen), Dänemark so um die 15.000 und Portugal mit rund 12.000. Wie gesagt: so ungefähr und nicht immer wird in den Statistiken zur Titelproduktion unterschieden zwischen erstmals Erschienenem, Wiederaufgelegtem, Nachgedrucktem etc. Der Anteil von Belletristik und Jugendbuch macht in allen Fällen einen hohen Anteil dieser Titel aus, im Schnitt zwischen 10 und 20 Prozent.

Diesen im Einzelfall durchaus imponierenden Größen die Zahl der Übersetzungen gegenüberzustellen, ist nicht nur erhellend, sondern auch ernüchternd: Rund 50 Prozent aller Übersetzungen in eine andere europäische Sprache stammen aus dem Englischen bzw. Amerikanischen. Insider sprechen sogar mit ziemlich überzeugendem Material von bis zu 70 Prozent. Ein Blick in das polnische Zahlenmaterial scheint das zu bestätigen: Nach den von der Nationalbibliothek geführten Statistiken betrug die Zahl der Übersetzungen aus dem Englischen (Amerikanischen) 2004 stolze 3.180 Titel, was knapp 60 Prozent der Übersetzungen insgesamt ausmachte. Fast die Hälfte davon waren belletristische Titel (1.602). Übersetzungen aus dem Deutschen bildeten mit 577 Titeln die zweitstärkste Gruppe (11 Prozent), von der rund ein Viertel zur Belletristik zu rechnen ist (116 Titel).

Der Rest verteilt sich auf die übrigen Sprachen. Das sind allerdings nicht nur 15 oder 20 (und auch nicht die offiziellen 21 Sprachen, die mit Gälisch inklusive ab 2007 die Gruppe der Amtssprachen in der EU ausmachen), sondern zumindest theoretisch gut und gerne fast 100. Natürlich können wir Manx, Gagausisch oder Asturisch beim Literaturvergleich weglassen und selbst die Zahl der Übersetzungen ins Rätoromanische, Katalanische oder Obersorbische muss nicht zum Maß der Dinge in der europäischen Übersetzungspraxis erhoben werden, doch selbst dann sind es mehr als 30 Sprachen, auf die sich die restlichen 30 bis 40 Prozent der Übersetzungen verteilen. Akzeptiert man, dass sich unter diesen verbleibenden 30 Prozent die „Starken“ der Zweiten Liga befinden, also das in der

EU mit Muttersprachlern zahlenmäßig am stärksten vertretene Deutsch, dann Spanisch, Französisch und Italienisch, dann verlässt einen schnell der Mut, mit Prozentzahlen arbeiten zu wollen. Und es tröstet dann auch nicht, darauf zu verweisen, dass beispielsweise Albanien durch die Bücher Ismail Kadares, die relativ häufig übersetzt werden, erstens hinreichend gut vertreten ist und Albanien zweitens nicht zur EU gehört und seine Sprache und Literatur deshalb nicht mitgezählt werden muss ...

Der Anteil der Übersetzungen an der jeweiligen Buchproduktion ist im übrigen sehr unterschiedlich und, wenig überraschend, auf den vergleichsweise kleinen Märkten wie dem holländischen oder ungarischen relativ hoch (20 bis 60 Prozent), auf den großen dagegen eher niedrig (Großbritannien unter 2 Prozent). Vor allem Deutschland, aber auch Spanien, nehmen mit ihrer großen Buchproduktion und einem dafür überraschend hohen Anteil an Übersetzungen (2003 in Deutschland über 12 Prozent, derzeit um die 7 Prozent) eine gewisse Sonderstellung ein, die sie für Autoren und Übersetzer aus funktional sekundären Sprachen attraktiv machen.

Es ist nur allzu offenbar: Wir sind weit entfernt von einer echten Durchdringung der literarischen Welten, davon, dass al-

Wir sind weit entfernt von einer echten Durchdringung der literarischen Welten, davon, dass allen EU-Lesern der Zugang zur Gedankenwelt der Kulturschaffenden Europas gleichermaßen offen steht.

len EU-Lesern der Zugang zur Gedankenwelt der Kulturschaffenden Europas gleichermaßen offen steht.

Vielleicht ist das weiter nicht schlimm und die Unken haben recht, wenn sie sagen: „Das Buch als Medium für den sprach- und grenzüberschreitenden Gedankenaustausch funktioniert nicht mehr.“³ Erwähnenswert scheint es in jedem Falle.

Literaturförderung in Europa

Und doch bleibt das Buch ein wichtiges Produkt im Warenkorb Auswärtiger Kulturpolitik und wird das Buch von den Regierungen mal mehr, mal weniger als Sympathieträger im Ausland eingesetzt. Sogar die Europäische Union leistet dazu ihren Beitrag durch entsprechende Förderprogramme – wenn auch noch zaghaft, wenn auch noch eher symbolisch.

Im Rahmen des EU-Programms „Kultur 2000“ hat die Kommission während der sechsjährigen Laufzeit insgesamt 8.576.671 Euro für 338 Übersetzungsprojekte ausgegeben. Wie eine Auswertung des Budapest Observatory zeigt, haben davon 187 Verleger aus 19 EU-Ländern profitiert. Nur Luxemburg, Malta, Zypern, Belgien und Portugal gingen leer aus. Es bedarf keiner langen Ausführungen, um zu sehen, dass diese Aufwendungen in der translatorischen Gesamtbilanz so geringfügig sind, dass sie kaum ins Gewicht fallen: Ein bisschen mehr als 4.000 Euro pro Jahr und Projekt standen zur Verfügung. Statistisch gesehen entfiel nach einer Analyse des segensreichen Budapest Observatory in den Jahren 2000 bis 2005 damit auf jeden Bürger gerade mal so viel Geld, dass er

ein einziges Wort aus sechs Buchstaben hätte übersetzen können. Wie gut, dass es kein Vier-Buchstaben-Wort war.

Welche Kosten entstehen können, wenn man der sprachlichen Vielfalt Europas außerhalb der schöngeistigen Literatur gerecht werden will, haben die Budapester ohne böse Hintergedanken gleich auch noch aufgeschrieben: Während „Kultur 2000“ im Jahre 2003 den Betrag von zwei Millionen Euro für Übersetzungen an Verlage ausschüttete, kostete die Bereitstellung nicht in Anspruch genommener Dolmetscher- und Übersetzerkapazitäten in den EU-Einrichtungen Rat, Kommission und Parlament zusammen 10 Millionen Euro.

Die Kosten der Eurokratie sind ein Dauerthema und nicht deshalb führe ich diese Beispiele an, sondern weil der Kostenfaktor Übersetzung immer wieder für Unruhe auf dem Buchmarkt sorgt und die Verbreitung der Literaturen Europas möglicherweise behindert. Erst kürzlich platzte dem Münchener Autor und Verleger Michael Krüger angesichts der Forderungen literarischer Übersetzer nach besserer Entlohnung der Kragen und gereizt rechnete er öffentlich vor, wie er kalkuliert. Der Deutsche Börsenverein äußerte darauf gar die Vermutung, dass der Rückgang im Lizenzgeschäft 2005 ursächlich mit dieser und ähnlichen Diskussionen in Verbindung stehe.⁴

Förderungswürdige Bücher?

Wenn beim Vorwurf, die Übersetzungskosten brächten den Verleger ins Armenhaus, der Beitrag aus Brüssel also kaum zur Entlastung reicht, so kann dies bei den nationalen Förderprogrammen durchaus der Fall sein. Im Einzelnen

sind die Aufwendungen pro Land sehr unterschiedlich. Eine bereinigte Statistik, die einen sinnvollen Vergleich zulässt, liegt nicht vor. Wenn wir den Fokus auf die neuen Mitgliedsländer und hier vor allem auf den MOE-Raum gerichtet lassen, können die von Alexandra Büchler zusammengetragenen Daten im Rahmen des Programms *Literature Across Frontiers* am Mercator Centre der University of Wales hilfreich sein.

Danach stellt Polen derzeit mit Abstand die meisten Mittel bereit – 2005 waren es 273.890 Euro – während die baltischen Staaten mit Summen in den Größenordnungen von jeweils 20.000 bis 30.000 Euro arbeiten. In Ungarn hatte die zuständige Stiftung beim Kulturministerium 2003 noch 120.000 Euro zur Verfügung, 2005 waren es nur noch knapp über 80.000 Euro.⁵

Bezogen auf die Buchproduktion (ohne Übersetzungen aus einer Fremdsprache) liegt also der Förderanteil statistisch bei fünf bis 18 Euro pro Titel. Bei einem anzunehmenden Förderbedarf von 1.000 Euro bis 10.000 Euro für Übersetzerhonorare und/oder Lizenzkosten pro Buch ist das zuerst einmal noch keine glückliche Situation. Wenn man sich jedoch umgekehrt vor Augen hält, dass bei Übersetzungen zwischen kleinen Märkten zwei neue Buchtitel schon eine Steigerung um 50 Prozent der jährlichen Übersetzungen aus einer Sprache ausmachen können, dann erscheint eine sinnvolle Förderung in solchen Größenordnungen durchaus realistisch.

Hinzu kommt, dass es beim Kulturprodukt Buch der Auswärtigen Kulturpolitik auch für die Kulturinstitute der einzelnen Länder im Ausland reizvoll sein kann, als Mitwirkender und damit

als Geldgeber ins Bild zu treten. Die Eintrittskosten sind gering: 500 bis 1.000 Euro reichen oft schon. Dadurch stehen häufig Zweit-, Dritt- und Viertmittel zur Verfügung, die dem Verleger am Ende tatsächlich die gesamten Übersetzer- und Lizenzgebühren abnehmen – und manchmal noch die Druckkosten. Zwölf Fördereinrichtungen aus zehn Ländern, denen im Impressum einer 300 Seiten starken Anthologie gedankt wird, sind zwar nicht die Regel, können aber vorkommen.

Insgesamt lässt sich seit Ende der 90er Jahre eine deutliche Professionalisierung der Einrichtungen und Programme feststellen, die der Förderung des Buchs und seiner Übersetzung dienen – gerade auch bei den neuen Mitgliedstaaten in der östlichen EU. Von nicht zu unterschätzender Bedeutung beim Aufbau oder Ausbau dieser Programme war dabei der Anreiz, den der Börsenverein des deutschen Buchhandels durch sein Gastlandprogramm auf der Frankfurter Buchmesse bietet: Die Übersetzerfonds Litauens, Polens oder Ungarns sind alle im Zusammenhang mit einem solchen Gastlandauftritt eingerichtet worden und haben sich in gegenseitigem Abgleich, in gegenseitiger Konkurrenz und durch gemeinsame Auftritte auf internationalen Buchmessen entwickelt. Wie direkt der Zusammenhang ist, belegte im Juni 2006 die Türkei, als im Kontext ihrer Einladung als Gastland für 2008 bekannt gegeben wurde, das türkische Kulturministerium plane, seinen Übersetzungsfonds zu intensivieren.

Neben der reinen Übersetzungsförderung kümmern sich die nationalen Buch- oder Literaturzentren in der Regel auch um andere Aspekte der Buch-,

Literatur- und Leseförderung bzw. der Dokumentation. Dadurch werden sie zu einer wichtigen, wenn nicht gar zur ersten Anlaufstelle und Informationsquelle für ausländische Journalisten, Verleger und Veranstalter literarischer Programme.

Nicht selten hinkt der Anspruch hinter der Realität zurück, wird der Aufwand der Dateneingabe und -pflege unterschätzt. Nicht alle Websites und Datenbanken sind durchgehend auch in einer Fremdsprache (meist Englisch) verfügbar, nur die polnische und die estnische Datenbank lassen eine Volltextsuche nach den verfügbaren Übersetzungen heimischer Werke zu, berichtet Alexandra Büchler.⁶

Selbstverständlich sind diese Dienstleistungen keine Spezialität der MOE-Staaten, doch konnte man hier in den letzten zehn Jahren besonders eindrucksvoll beobachten, wie der Autor und sein Werk in den Dienst und die Obhut der Auswärtigen Kulturpolitik gestellt bzw. genommen wurden, wie konsequent darauf hingearbeitet wird, den „Standortnachteil“ der eigenen Literatur auf fremdsprachigen Märkten von Staats wegen auszugleichen.

Die Vorarbeit haben die alten und älteren EU-Mitglieder geleistet. Bei einer Analyse der nationalen Förderprogramme und -einrichtungen fällt auf, dass sich so etwas wie eine Norm durchgesetzt hat, die historisch gesehen wohl stark von den skandinavischen Programmen beeinflusst wurde, insbesondere vom norwegischen NORLA.⁷ Doch bei aller Begeisterung darüber, dass es gelungen ist, die Buch- und Literaturzentren auf das skandinavische Modell der Übersetzungs- und Buchförderung

Dabei geht es nicht um den europäischen Diskurs über Ideenwelten.

Es überwiegt Bebildertes.

einzuschwören, bleibt das Wissen um die eigene Beschränkung. Sehen wir es sportlich: Finanziert wird der Einzug der Olympioniken ins Stadion. Ob es Medaillen gibt und die Leistungen in Erinnerung bleiben, ist eine ganz andere Sache. Anders ausgedrückt: Die eingeforderte Teilnahme am sogenannten europäischen Diskurs intellektueller oder literarischer Eliten ist durch die Bereitstellung einer Übersetzung noch nicht garantiert.

Bücher aus der Zeitung

Die 1975 auf der KSZE-Tagung in Helsinki in Korb 3 gemachten Aussagen zur kulturellen Vielfalt in Europa wurden oft als Argumentationshilfe für die Forderung genutzt, wichtige Bücher jeweils gewissermaßen gekreuzt in alle großen und kleinen Sprachen Europas zu übersetzen. Immer wieder taucht in den Debatten zur kulturellen Vielfalt Europas auch die Idee des nationalen Kanons auf, der – edel übersetzt und edel gebunden – allen Bürgern Europas das geistige Gut seiner vielen Nachbarn erschließen soll.

Während einige dieser Vorhaben im Keller der Auftraggeber endeten und so mancher Groschen in gutgemeinte Prestigeprojekte versenkt wurde, die weit am Markt vorbei gedacht waren, genügt ein Blick in die Buchhandlungen oder virtuellen Verlagskataloge um zu sehen, wie der Markt selbst den Auftrag aus Korb 3 interpretiert und gewinnbringend umgesetzt hat.

Der Schlüssel zur massenhaften Verbreitung des Buchs auch in Übersetzung schien gefunden, als die italienische Zeitung *La Repubblica* 2002 begann, der

Zeitung im Huckepackverfahren ein Buch beizugeben. Keine staatlichen Förderprogramme, sondern die schiere Masse macht die Bücher billig und legt sie dem Zeitungsleser gleich in die Hand. Zwanzig Millionen Bücher wurden so unter dem Reihentitel „Bibliothek des 20. Jahrhunderts“ verkauft, 112 Millionen Euro Einkünfte erzielt.

Natürlich geht es dabei nicht um den europäischen Diskurs über Ideenwelten. Es überwiegt Bebildertes: Enzyklopädien, Führer durch virtuelle oder echte Bildergalerien, die Tierwelt, der Nachthimmel, es geht um Lehrreiches, Farbiges und Kunstsinniges, um Krimis und Abenteuerromane. Aber eben auch um gute Literatur und Jugendbücher.

Die Idee hat Schule gemacht. Es ist, als hätten sich die Studienräte dieser Welt daran gemacht, das Minimum unseres Lesepensums abzustecken und es uns via Morgenzeitung einzuflößen. In ganz Europa. Allerdings (noch) mit unterschiedlichem Erfolg: Während in Frankreich die Zahl der Serien, die so entstanden, weiterhin klein ist, boomt der Markt mit Buchbeilagen in Polen, und auch Portugal und Belgien sind mit Erfolg dabei. Während sich die Briten zwar mit DVDs und anderen Beigaben beim Zeitungskauf eindecken können, konkurrieren in Spanien oder Deutschland mehrere Buchreihen gleichzeitig miteinander.

Neben viel Enzyklopädischem und Historischem gibt es meist eine Serie, die sich Klassiker des 19. Jahrhunderts oder Klassiker des 20. Jahrhunderts nennt und in der die wichtigsten Prosawerke aus aller Welt vorgestellt werden. Die inoffizielle Spielart eines literarischen Kanons. Wobei kein solcher Anspruch formuliert wird und auch keine litera-

turwissenschaftliche Autoritätsperson hinter der Auswahl steht.

Und trotzdem oder gerade weil diese Reihen gewissermaßen anonym und dabei doch mit viel Sorgfalt und auch mit Blick auf den lokalen Markt zusammengestellt werden, ist es interessant zu sehen, worin und inwieweit sie sich in den jeweiligen Ländern gleichen oder unterscheiden. Erscheint Graham Greene in der Auswahl Estlands genauso wie in der Portugals oder Irlands? Ist „Catch-22“ ein Titel, den (fast) alle lesen? Sind es vor allem Nobelpreisträger? Haben schwergewichtige, aber schwierige Bücher wie „Ulysses“ beim Zeitungspublikum eine Chance?

Meine Neugier galt zuerst ganz privat dem Vergleich der ersten derartigen Reihen der Münchener Süddeutschen Zeitung SZ und der Warschauer Gazeta Wyborcza, denn es war mir aufgefallen, dass von den 40 Titeln der polnischen Serie und den 50 der deutschsprachigen nur drei Titel in beiden Reihen identisch

Meist gibt es eine Serie, die sich Klassiker des 19. Jahrhunderts oder 20. Jahrhunderts nennt und in der die wichtigsten Prosawerke aus aller Welt vorgestellt werden. Die inoffizielle Spielart eines literarischen Kanons. Wobei kein solcher Anspruch formuliert wird und keine literaturwissenschaftliche Autoritätsperson hinter der Auswahl steht.

waren: „Der Name der Rose“ von Umberto Eco, „Tortilla Flat“ von John Steinbeck und „Eine Liebe Swanns“ von Marcel Proust. Es mag naiv erscheinen, aber ich hatte mit einem viel höheren Anteil „deckungsgleicher“ Titel gerechnet.

Beim weiteren Vergleich zeigte sich, dass zusätzlich acht Autoren in beiden Reihen vertreten waren, jedoch jeweils mit unterschiedlichen Titeln: Günter Grass hat in der SZ-Reihe seinen Platz mit „Katz und Maus“ gefunden, während die polnischen Leser sich an der „Blechtrommel“ erfreuen können. Von Herman Hesse liest der deutsche Leser „Unterm Rad“, der polnische den „Steppenwolf“, bei Franz Kafka ist es „Amerika“ auf deutsch, „Der Prozeß“ auf polnisch, bei Graham Greene „Der dritte Mann“ deutsch, „Das Herz aller Dinge“ polnisch, Milan Kundera erscheint mit „Die unerträgliche Leichtigkeit des Seins“ in der deutschen Reihe, mit „Der Scherz“ in der polnischen, Joseph Conrad mit „Herz der Finsternis“ deutsch, „Der Geheimagent“ polnisch und schließlich Julio Cortázar mit „Der Verfolger“ auf deutsch und „Rayuela. Himmel und Hölle“ auf polnisch.

Klar, dass die polnische Liste mehr polnische Schriftsteller enthält als die deutsche (Gombrowicz, Iwaszkiewicz, Kapuściński, Konwicki, Lem, Miłosz). Der einzige Pole in der deutschen Liste dagegen heißt Andrzej Szczypiorski und fehlt in Polen.

Natürlich lässt sich so eine Liste nach vielen Richtungen hin vergleichen und immer ist einem bewusst, dass hier auch Dinge am Werk sind (etwa die Verfügbarkeit der Abdruckrechte, denn natürlich sind die Buchverlage über diese „Bilangebote“ zum Preis von meist vier bis

fünf Euro erbost), die mit einer bewusst getroffenen Auswahl nichts zu tun haben. Und trotzdem: Interessant ist doch, wenn Vladimir Nabokov (mit „Lolita“ natürlich) und George Orwell mit „1984“ es in die polnische Liste geschafft haben, in die deutsche aber nicht.

Wenn man sich ein wenig umschaute, findet man Orwell auch in der Slowakei, Italien und Spanien – allerdings mit „Mein Katalonien“ in der Zeitung *El País*, mit „Farm der Tiere“ in der italienischen *Repubblica*. Der gesellschaftliche Gegenentwurf in Gestalt des Romans „Schöne neue Welt“ von Aldous Huxley wiederum taucht nur in der Reihe von *El País* auf. In allen hier verglichenen Reihen ist Joseph Conrad dabei, allerdings mit sehr unterschiedlichen Titeln; häufig auch Heinrich Böll (ebenfalls mit wechselnden Titeln). Michail Bulgakows „Meister und Margarita“ ist beliebt (Polen, Spanien, Italien, Slowakei) genauso wie die durchs Kino berühmt gewordenen Bücher „Der große Gatsby“ von Scott Fitzgerald und „Der englische Patient“ des Kanadiers Michael Ondaatje.

Dort, wo derartige Reihen Erfolg haben, werden schnell neue Titel in immer neuen Kombinationen nachgeschoben, zu einer Häufung von auswärtigen Neuentdeckungen hat das noch nicht geführt, eher schon pflegt man die „sicheren“ Klassiker: Die ungarische Tageszeitung *Népszabadság* hat es mit der Klassik des 19. Jahrhunderts versucht.

Doch mal abgesehen von Dostojewski, Turgenew, Sienkiewicz, Tolstoj und Tschechow überwiegt Westliches. Auch Tolstoj und Dostojewski in einer Auswahl von 50 Romanen ins Katalonische belegen nur, was jeder weiß, dass

es ein paar russische Autoren gibt, die zur Weltliteratur des 19. Jahrhunderts gehören. Doch danach ist Schluss: Kein Autor des 20. Jahrhunderts aus „Ost“ befindet sich in der originären Kanon-Reihe Italiens, in Spanien gibt es Bulgakows „Meister und Margarita“ – der Standardklassiker; Nabokov ebenfalls, manchmal Solschenizyn.

Noch deutet aber nichts darauf hin, dass sich der „Literaturkanon West“ um Autoren des 20. Jahrhunderts aus den neuen Mitgliedsländern zu einem „west-östlichen Literaturkanon“ erweitern würde. Fast beruhigend klingt da eine Leserzuschrift von Herrn Mahr aus der Schweiz, der im Spiegel schreibt: „In der Berliner Buchhändlerschule 1953 bis 1956 verglichen wir eine Weltliteraturgeschichte von 1928 mit den Titeln von 1955. Die Literaturgeschichte von Eduard Engel hatte den treffenden Titel ‚Was bleibt? Die Weltliteratur.‘ Es blieben in den 27 Jahren keine fünf Prozent. Wo über die Jahre so viel variabel ist, bleibt Ignoranz tolerabel.“⁸

Und ob der Ruf nach Buchreihen einen Wert hat, die eine bessere Durchmischung zeigen, die dazu beitragen, dass sich neue „Kanons“ herausbilden und dem literarischen Bewusstsein des europäischen Lesers einen weiteren Horizont verschaffen, darf vorsichtig bezweifelt werden. Die zuständigen Marktstrategen sagen unverblümt, dass es hier zuerst einmal nicht ums Lesen geht: „Der Reiz, zehn bis 35 Bücher zu einem bestimmten Thema zu sammeln, hängt nicht davon ab, ob der Käufer diese lesen will oder nicht.“⁹ Was eine erfolgreiche Reihe ausmacht, sind vielmehr eine gutgemachte Werbung, ein funktionierender Vertrieb, das Konzept und

ein überzeugendes Verhältnis von Preis und Qualität.

Probieren könnte trotzdem nichts schaden. Aber vielleicht bürden wir dem Buch, der Literatur einfach zuviel auf, wenn wir sie auf dem Weg nach Europa zu unserem Packesel für kulturelle Vielfalt und interkulturellen Diskurs machen.

Egal ob staatlich befördert oder kommerziell zu Reihen geordnet. Vielleicht wäre es gut, sich statt der Buchproduktion einmal die Lesegewohnheiten anzuschauen. Im nächsten Europa-Report.

Albrecht Lempp ist seit 2003 Vorstandsmitglied und geschäftsführender Direktor der Stiftung für Deutsch-Polnische Zusammenarbeit. Er ist Doktor der Geisteswissenschaften, Slawist, Kulturmanager und übersetzt polnische Literatur ins Deutsche. Mitglied des Rates der Kulturstiftung Haus Europa und des Vereins Villa Decius. Tätigkeit am Deutschen Polen-Institut in Darmstadt und am Adam-Mickiewicz-Institut als dessen stellvertretender Direktor, Begründer der Arbeitsgruppe Literatur „Polska2000“.

¹ Wischenbart, Rüdiger: „Das Spielfeld ist zerrissen: Der globalisierte Buchmarkt.“ Artikel vom 09.05.2006 in perlentaucher.de.

² Buch und Buchhandel in Zahlen 2005. Hrsg. vom Börsenverein des deutschen Buchhandels. Frankfurt/Main 2005, S. 72.

³ Wischenbart, wie Anm. 1.

⁴ F.A.Z. vom 11.1.2006, S. 31 bzw. Buch und Buchhandel in Zahlen 2006, S. 69.

⁵ Vorgestellt auf einer Tagung von Next Page Foundation und Kulturkontakt Austria zum Thema „Promoting translations – ideas, practices, innovations“ am 23./24. Juni 2006 in Wien.

⁶ „Promoting translations ...“, wie Anm. 7.

⁷ Norwegische Literatur im Ausland, Belletristik & Fachliteratur.

⁸ Leserzuschrift in Spiegel 43/2006 auf einen Artikel zum Buchmarkt aus Spiegel 41/2006.

⁹ Selbstdarstellung der Paperview Group aus Belgien auf ihrer Homepage www.paperviewgroup.com.

EIN (LITERATUR-)HAUS FÜR EUROPA

Literaturhäuser sind das Modell der Literaturvermittlung der Zukunft. In Deutschland hat man erkannt, dass nicht nur Kulturinteressierte, sondern auch alle Bereiche der Kommunen von den Häusern profitieren und dass es gilt, das Potenzial für ein länderübergreifendes Netzwerk auszuschöpfen. *Von Florian Höllerer*



Literaturhäuser haben in den vergangenen zwanzig Jahren in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz einen wahren Gründungsboom erlebt. Ausgehend von Berlin wurden nicht nur alle Großstädte vom Literaturhausfieber gepackt, sondern von Jahr zu Jahr auch immer mehr mittelgroße Städte wie Kiel, Darmstadt, Magdeburg, Wiesbaden, Rostock oder Nürnberg. Ja, man kann sagen, dass Literaturhäuser ein selbstverständliches Element der urbanen Kulturlandschaft geworden sind – so wie Theater, Museen, Konzerthäuser oder Kinos.

Unabhängig davon existieren überall in Europa Häuser der Literatur. Blickt man zum Beispiel nach Polen, so finden sich große kommunale Einrichtungen wie

das Nadbałtyckie Centrum Kultury (Baltisches Kulturzentrum) in Danzig und nicht staatliche Häuser wie das Pogranicze (Grenzland) in Sejny, die als Stiftungen organisiert sind. Wie traditionell in allen osteuropäischen Ländern sind überdies auch die Häuser der Schriftstellerverbände bedeutende Veranstaltungszentren. Quer durch Europa ließe sich so lange fortfahren, mit Häusern unterschiedlichster Art wie der Villa Gillet in Lyon, der Maison de la Poésie in Paris, der Casa delle letterature in Rom, Brüssels Internationalem Literaturhaus, das 2004 unter dem Namen Passa Porta gegründet wurde, der Amsterdamer SLAA, die sich mit dem Kulturzentrum De Balie zusammengetan hat, dem ersten dänischen Literaturhaus, das 2005 nach dem Vorbild der deutschsprachigen Literaturhäuser in Kopenhagen entstand, oder dem in nächster Zukunft zu eröffnenden Literaturhaus in Oslo.

Alle diese Häuser fügen sich in ganz eigene Traditionen kultureller, wirtschaftlicher, gesellschaftlicher Art: Zum Beispiel wird die französische Buch- und Lesungslandschaft stark von den unabhängigen und schon immer einflussreichen Buchhändlern geprägt. Eine Situation, die sich in Italien, wo unter anderem auch Zeitungskioske verstärkt am Buchmarkt teilhaben, anders darstellt.

Hier ist es vor allem das erfolgreiche Literaturfestival in Mantova, das Maßstäbe setzt. Unterschiede über Unterschiede auch, was die traditionellen Formate von Literaturveranstaltungen angeht: Zuzuhören, wie ein Autor eine gute Stunde lang aus einem Buch liest, ist im deutschsprachigen Raum – von Stadtbüchereien, über Buchhandlungen zu Szenecafés – eine völlig normale Veranstaltungsform; für ein spanisches, französisches oder portugiesisches Publikum dagegen mehr Ausnahme denn Regel.

Schon die Ahnung zahlreicher Eigenarten bewahrt davor, vom Bekannten ohne Weiteres auf das Fremde zu schließen, etwa ein deutsches Literaturhaus eins zu eins auf eine englische oder ungarische Umgebung übertragen zu wollen. Allerdings kann gerade das Andere, das Nichtübertragbare, jenen zündenden Funken schlagen, der der eigenen Entwicklung eine unerwartete und neue Wendung gibt. In diesem Sinne sei ausgehend von der Literaturhäuserrevolution im deutschsprachigen Raum von einigen Eigenarten und Perspektiven berichtet, aufgegliedert in drei Punkte:

Bürger in Bewegung

Gelegen in repräsentativen Gebäuden der Innenstadt bilden Literaturhäuser zu meist ein Ensemble aus Veranstaltungs- und Ausstellungsräumen, einem Restaurant und Café sowie einer Buchhandlung. In diesem Zusammenspiel haben sie sich zu wichtigen urbanen Treffpunkten entwickelt, zu Orten des Stadtgesprächs, in denen verschiedene gesellschaftliche Gruppen sich austauschen und bürger-schaftliche Initiativen und Kooperationsideen ihren Ausgang nehmen.

Voraussetzung ist ein intakter Spannungsbogen zwischen Programmbereich und Gastronomie, das Gefühl, dass das Literaturhaus bereits mit Betreten des Lokales (und der Buchhandlung) beginnt; und nicht erst im Veranstaltungssaal. Genau dies aber ist die Achillesferse des ganzen Konzepts: Viele Häuser hatten in ihrer Geschichte erheblich damit zu kämpfen, Gastronomiebetreiber zu finden, die Charakterstärke und Sensibilität für die Literaturhausidee mit Wirtschaftlichkeit in Einklang zu bringen wussten. Funktioniert indes dieses heikle Gefüge, so können Literaturhäuser auch in stadtplanerischen Überlegungen eine wichtige Rolle spielen und dazu beitragen, alte, brachliegende oder neue, zu Sterilität neigende Stadtteile zu prägen und zu beleben.

Die Verankerung der Literaturhäuser im städtischen Leben hängt zu einem großen Teil auch mit den Gründungsgeschichten und Organisationsformen zusammen. Literaturhäuser sind als Verein, seltener als Stiftung aufgestellt und agieren als solche unabhängig. Zumeist haben sie mehrere hundert, wenn nicht tausend Mitglieder und werden flankiert von unterstützenden Freundeskreisen.

Gelingt es, die Literaturhausidee wirtschaftlich zu gestalten, können die Häuser auch in stadtplanerischen Überlegungen eine wichtige Rolle spielen und dazu beitragen, alte, brachliegende oder neue, zu Sterilität neigende Stadtteile zu prägen und zu beleben.

Zwar wurde ihre Gründung – die Bereitstellung der Immobilie im Besonderen – fast immer von der öffentlichen Hand, das heißt den Städten, manchmal auch den Ländern, unterstützt. Die Initiative allerdings lag mehrheitlich im privaten Bereich: Kulturschaffende, Verleger, literaturinteressierte Bürger waren es, die, unterstützt von juristisch und wirtschaftlich beratenden sowie politisch einflussreichen Stadtpersonlichkeiten, den Prozess zur Hausgründung in Gang brachten. Benefizprogramme, die von namhaften Schriftstellern und sympathisierenden Kultureinrichtungen anderer Sparten mitgetragen wurden, entwickelten sich in vielen Fällen zu erfindungsreichen Fundraising-Kampagnen. Beflügelt durch ein wachsendes Medieninteresse sowie durch Anschubfinanzierungen von Stiftungen und Unternehmen entstanden schließlich Bürgerbewegungen mit gesellschaftlichem Gewicht, die sich die Literaturhaussache finanziell und ideell so zu eigen machten, dass sie den Häusern auch nach ihrer erfolgreichen Gründung treu blieben.

Der Besitz des Hauses, beziehungsweise seine mietfreie oder -pflichtige Nutzung, stellt eine zentrale Säule für die Finanzierung des laufenden Betriebs dar. Die Einnahmen aus der Verpachtung des Restaurants sowie der Buchhandlung fließen zumeist direkt in das Hausbudget. Außerdem werden die Veranstaltungsräume auch an externe Veranstalter, kulturelle (Vereine, Stiftungen, Lesekreise...) und nichtkulturelle (Fachkongresse, Hochzeiten...) vermietet. Die zweite wichtige Säule sind Stiftungszuschüsse, Spenden und Sponsoring. Drittens schlagen die Jahresbeiträge der Vereinsmitglieder sowie die des Freundeskreises zu Buche,

viertens die Einnahmen aus Eintrittsgeldern. Nehmen wir das Literaturhaus Stuttgart als Beispiel, so machen all diese Einnahmen zusammen gut zwei Drittel des Gesamtetats aus. Der Restbetrag wird aus öffentlichen Quellen abgedeckt, vor allem durch den festen städtischen Jahreszuschuss und Projektmittel des Bundeslandes. Auch wenn das Verhältnis zwischen öffentlicher und privater Finanzierung von Stadt zu Stadt stark variieren kann, gehört diese Art Mischkalkulation zu den Grundprinzipien des Literaturhauskonzepts. Die materielle Verantwortung ist breit in die Gesellschaft verteilt.

Programm mit Langzeitwirkung

In den letzten zehn Jahren ging der Trend in der Kulturpolitik dahin, die Grundfinanzierung von Kultureinrichtungen zurückzufahren zugunsten von Projektförderung und der Finanzierung einmaliger Großereignisse. Der daraus resultierende Vorteil: mehr Flexibilität, mehr Handlungsspielräume. Gewohnheitsrechte werden aufgebrochen, durch Dauerförderungen blockierte Haushalte dynamisiert. Gerade im Bereich der Literatur hat diese Tendenz indes auch gewichtige Nachteile. Gefährdet ist die Nachhaltigkeit und die Kontinuität der Arbeit. Neues nicht nur anstoßen, sondern auch fortentwickeln, Themen und Debatten über längere Zeit aus wechselnden Blickwinkeln betrachten, mit Autoren im Gespräch bleiben und ihre Entwicklung über Jahre verfolgen: Werte, auf die sich langfristiges Vertrauen und Treue des Publikums gründen. Literatur auf Schiffen, in Flughäfen, zoologischen und botanischen Gärten oder Einkaufspassagen kann ein belebendes Element

sein, in Überdosis aber auch ermüdend und kontraproduktiv.

Was nachhaltige Langzeitwirkung angeht, haben die Literaturhäuser beste Voraussetzungen: Wie Theater, Opern, Konzerthäuser oder Museen vertrauen sie auf das Intendantenprinzip, bemühen sich also um ein persönliches, experimentierfreudiges Profil, das der Schwerfälligkeit und Halbherzigkeit von Gremienentscheidungen entgeht. Grundsätzlich besteht der Anspruch, nicht nur passiv auf die von Verlagen vorbereiteten Lesereisen zu reagieren, sondern Programme selbst zu gestalten, eigenwillig und risikobereit: zum Beispiel durch Themenmonate, Aufträge zu Originalbeiträgen, ungewöhnliche Podiumskonstellationen oder ausschweifende Veranstaltungsreihen, die einem Autor, einer Gattung oder einem Thema über Monate treu bleiben. Dreh- und Angelpunkt des Programmrepertoires bleibt in allen Häusern die klassische Lesung mit anschließendem Gespräch, moderiert von stadtbekanntem Kritikern oder Schriftstellerkollegen. Das reicht von der Präsentation eines jungen ortsansässigen Kriminalautors über eine ukrainische Lyriknacht bis zu Auftritten von Publikumsmagneten wie Imre Kertész, Jonathan Franzen, Michel Houellebecq oder Orhan Pamuk, für die die Häuser (mit ihren etwa zweihundert Plätzen) dann in fünf mal so große Theater oder Konzerthäuser umziehen müssen.

Vorbei sind die Zeiten, in denen man zu Literaturveranstaltungen mehr aus Edelmüt oder Pflichtgefühl ging, selbstverständlich ohne Eintritt zu bezahlen. Das Publikum hat über lange Prozesse – vor allem der Mundpropaganda – die Sicherheit gewonnen, im Literaturhaus strahlende und unikale Abende zu erle-

ben, die dem Kino- oder Theaterbesuch nicht nachstehen. Und auf das Publikum zuzugehen, heißt gerade nicht, gefällig zu werden, der Literatur ihre anarchischen Widerhaken zu glätten. „Anspruchsvoll“ ist nicht das Gegenteil von „populär“ – Nachhaltige Gunst des Publikums wird es ohne nachhaltige Forderung des Publikums nicht geben.

Auch tagsüber zeigen Literaturhäuser Präsenz und beschreiten vor allem zwei Wege: Ausstellungen und Schreibwerkstätten. Bei ersteren reicht die Spannweite von der Comicpräsentation im Veranstaltungssaal bis hin zu groß angelegten und extern kuratierten Wanderausstellungen, mit Themen wie „Hannah Arendt“ oder „Die Kinder der Manns“, die in separaten Galerieräumen zu sehen sind, von Begleitprogrammen flankiert werden und auch überregional auf Resonanz stoßen. Attraktiv sind sie auch für Schulklassen und ziehen so schon heute die Besucher von morgen ins Haus. Das gilt auch für die Schreibwerkstätten, die sich in den meisten Häusern an Jugendliche, in einigen auch an Erwachsene richten. Hier sind in den letzten Jahren große, oft stiftungsfinanzierte Projekte entstanden, die mit Schulen kooperieren, Publikationen entstehen lassen, internationale Kontakte suchen und dabei Autoren der Stadt über längere Zeiträume als Dozenten in die Arbeit des Hauses einbinden.

Auf Bindungssuche

Das wichtigste Wort in der Literaturhausarbeit lautet Kooperation. Die allerwenigsten Abende finden ohne Veranstaltungspartner statt. Das kann ein ausländisches Kulturinstitut sein, ein Verlag, ein Universitätsinstitut oder eine

Stiftung, aber auch Rundfunksender, die Gesprächsreihen aus den Häusern übertragen, Zeitungen, die gemeinsam mit den Häusern Essays in Auftrag geben, ein großes Museum, das Schriftsteller ihr Lieblingsbild erklären lässt, ein Theater, das eine Lesung von Michael Frayn mitveranstaltet, während im eigenen Haus sein Stück „Kopenhagen“ auf dem Programm steht, ein Opernhaus, das sich anlässlich der Uraufführung von Bruno Madernas „Hyperion-Projekt“ an einem Hölderlin-Abend beteiligt, Anwaltskanzleien, die eine Podiumsdiskussion zum Verbot von Maxim Billers Roman „Esra“ unterstützen, ein Filmbüro als Partner eines Poetry-Film-Festivals und so fort, und so fort.

Das bedeutet nicht, dass Literaturhäuser zu Gemischtwarenläden werden, die in ständiger Überschreitung der eigenen Kompetenz alles und nichts veranstalten.

Gerade ein hochkarätiger Kooperationspartner erlaubt es den Häusern, sich auf das eigene Kernprofil zu konzentrieren, auch wenn der einzelne Abend die Grenzen der Literatur hin zur Musik, zur Architektur, zur Religion, zur Bildung oder zur Politik überschreitet. Dass sich durch die beidseitige Bewerbung eines gemeinsamen Abends die Zuschauerkreise zweier Einrichtungen und zweier Interessengebiete begegnen und ihre Kräfte bündeln, kommt dem Selbstverständnis des Literaturhauses als geistigem Knoten-

punkt der Stadt besonders entgegen.

Auch über den Mikrokosmos der einzelnen Stadt hinaus ist die Suche nach Synergien groß. Chemisch gesprochen sind Literaturhäuser Moleküle mit freien, ungesättigten Bindungen. Durch die stetige Aufnahme von Impulsen aus anderen Städten und Ländern spielen sie als Initiatoren und Ideengeber im Stadtgespräch eine belebende Rolle. Häuser wie in Berlin das Literarische Colloquium, das auch ein Stipendiatenprogramm unterhält, oder die Literaturwerkstatt, pflegen über lange Jahre Beziehungen zu ausländischen, speziell europäischen, Einrichtungen und verfügen so über einen fruchtbaren Erfahrungsschatz.

Intensive Kooperationserfahrungen haben auch jene acht großen deutschsprachigen Literaturhäuser – Berlin, Hamburg, Frankfurt, Salzburg, München, Köln, Stuttgart und Leipzig –, die sich unter dem Namen „literaturhaeuser.net“ zu einem Verbund zusammengeschlossen haben. In München wurde eine paritätisch finanzierte Geschäftsstelle eingerichtet, die die gemeinsamen Aktivitäten der Häuser koordiniert und die Internetseite „www.literaturhaeuser.net“ betreut. Die erste gemeinsame Aktion aller Häuser, „Poesie in die Stadt!“, die sich nun jeden Sommer mit wechselnder Thematik und wechselndem Geldgeber wiederholt, bestand darin, in ganz Deutschland mehr als dreitausend Großplakate mit Gegenwartslyrik zu kleben. Über die Jahre gab es dann diverse Formen der Zusammenarbeit: Lesereisen mit wichtigen, vom großen Publikum noch unentdeckten Autoren (vor Jahren etwa Richard Powers oder Kiran Nagarkar) oder das Projekt „Transnationale“, für das zu einem Zeitpunkt und zu einem Thema (eben transnationale

Literaturhäuser sind keine Gemischtwarenläden, die in ständiger Überschreitung der eigenen Kompetenz alles und nichts veranstalten.

Literatur) in allen Häusern bewusst verschiedene Abende veranstaltet wurden. Alljährlich auf der Leipziger Buchmesse vergibt das Netzwerk überdies den „Preis der Literaturhäuser“, mit dem Autoren für besonders gelungene Literaturveranstaltungen ausgezeichnet werden.

Als Vorteil erweist sich, dass sich für die Häuser im Zusammenschluss andere Möglichkeiten der Geldakquise auftun. Das betrifft vor allem die großen Stiftungen, staatliche und private, die froh sind, mit einem zentralen Ansprechpartner und einer einzigen Bewilligung in verschiedenen Landesteilen lokal angebundene Projekte zu finanzieren. So fließen über das Netzwerk immer mehr Gelder in die Städte, die ohne das Literaturhaus vorbeigeflossen wären; kein unwichtiges Argument gegenüber der kommunalen Politik. Auch die Öffentlichkeitsarbeit der Häuser wird, gerade bei überregionalen Zeitungen und Funkhäusern, mit den gemeinschaftlich durchgeführten Projekten erleichtert. Seit mehreren Jahren hat „literaturhaeuser.net“ zudem einen Vertrag der Medienpartnerschaft mit dem Fernsehkanal ARTE unterzeichnet.

Was die europäische und generell internationale Vernetzung angeht, ist das Potenzial indes längst noch nicht ausgeschöpft. Hier steht die Literaturhäuser-Gemeinschaft vor großen Herausforderungen. Ein Schritt in die richtige Richtung ist das aufwändige Stadtschreiberprojekt, das „literaturhaeuser.net“ nun zum zweiten Mal gemeinsam mit dem Goethe-Institut, ARTE, der Frankfurter Buchmesse und Einrichtungen des Partnerlandes durchgeführt hat: Sieben deutsche Literaturhausstädte entsandten letztes Jahr je einen Autor für einen Monat in eine indische Stadt, mit dem Auftrag,

ein Tagebuch zu schreiben. Dieses war dann tagtäglich zweisprachig im Internet nachzulesen. Im Gegenzug kamen sieben indische Autoren als Stadtschreiber in die deutschen Städte. Entstanden sind Texte, die geprägt sind von der ungeschützten Unmittelbarkeit des täglichen Schreibens einerseits und der durch die Länge des Aufenthalts bedingten Verschiebungen der Sichtweise andererseits. Zwei Jahre zuvor fand das Stadtschreiberprojekt in Zusammenarbeit mit sieben arabischen Städten statt, Kandidat für 2008 ist die Türkei.

Insgesamt sind das nun drei gute Gründe, warum dem Literaturhausmodell die Zukunft gehört. Eines aber tritt aus allen Punkten klar zu Tage: Literatur ist nicht das schwache Pflänzchen, dem die Städte aus Artenschutzgründen Häuserreservate bewilligen müssten. Im Gegenteil. Feste Wurzeln verankern die Literatur in der Gesellschaft und befördern deren Zusammenhalt nachhaltig und langfristig. Am meisten profitieren die Städte selbst von den Literaturhausgründungen. Was sie investieren, erhalten sie in vielfacher Weise und Menge zurück.

Florian Höllerer ist seit 2000 Leiter des Literaturhauses Stuttgart. Er studierte Germanistik und Romanistik, war zwei Jahre assistant instructor an der Princeton University; erhielt den Ehrenpreis der Lyoner Académie des Sciences, Belles Lettres et Arts und hatte zuletzt eine Projektstelle am Goethe-Institut Brüssel zum Kulturstadtprogramm Bruxelles 2000 inne.

Die Aussicht
auf eine Mitgliedschaft ist
ein vielversprechendes
Mittel zum Zweck von
„Open Societies“.

Wenn Europa politisch
geschlossen auftritt –
wie beim Iran – kann es
andere, auch die USA,
überzeugen, ihre starre
Haltung zu überdenken.
Aber die EU nutzt diese
Chance viel zu selten.

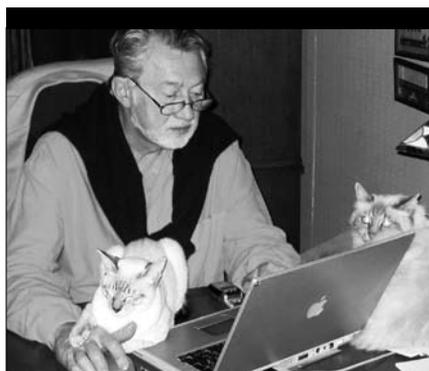
George Soros, Investmentbanker und Förderer einer „offenen Gesellschaft“





EINE BÜHNE FÜR EUROPÄISCHES THEATER Europa ist die Heimat des Theaters. Festivals als offene Ereignisse der Begegnung bieten eine ideale Plattform des Kulturaustauschs: Künstler präsentieren hier verschiedene Disziplinen und wecken so das Interesse an ihrem Werk, dem Publikum steht ein außergewöhnliches kulturelles Angebot zur Verfügung, und nicht zuletzt fungieren Festivals als Motor für die regionale Wirtschaft.

Von Bernard Faivre d'Arcier



Obwohl man dem Wort Festival zuweilen einen alten Ursprung zuweist (indem man an Bayreuth oder Orange erinnert), ist der Begriff relativ jung. Er geht einher mit Zivilisation und Freizeitaktivitäten, den Ausflügen im Sommer und der Expansion der Medien. Im Falle etwa von Avignon, dem ältesten und bekanntesten der europäischen Theaterfestivals, hätte sich sein Gründer, der Schauspieler und Regisseur Jean Vilar, im Jahre 1947 niemals den Erfolg und vor allem die Ausbreitung des Festivalphänomens vorstellen können. Seinem Geist nach war das Festival nur eines von verschiedenen Mitteln, um das junge Publikum zusammenzubringen und ihm die ästhetischen und moralischen Werte nahezubringen, die es befördern

wollte. Aber es stellte sich heraus, dass unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg in verschiedenen Ländern und zum gleichen Zeitpunkt Festivals entstanden. Das lyrische Festival in Aix-en-Provence ist nur ein Jahr nach Avignon entstanden, Edinburgh und Recklinghausen sind genauso alt. Darum kann man von einem gleichermaßen sozialen und historischen Phänomen sprechen, das dem Zeitgeist entsprach und das in innigem Zusammenhang mit unserer Freizeit- und Mediengesellschaft stand und steht.

Seitdem haben sich die Theaterfestivals so sehr vermehrt, dass sie kaum mehr zählbar sind. Jüngste Statistiken beziffern ihre Zahl in Westeuropa auf mehr als 3.000 und klassifizieren sie nach den unterschiedlichsten Kategorien: Größe, Datum, Sparte etc. Immer wird dabei so getan, als ob es sich um ein gefundenes Fressen für den Tourismus und die lokale Wirtschaft handelte. Ungarn zum Beispiel hat sich bewusst tausend Kulturaktivitäten zum Ziel gesetzt, die von den lokalen Autoritäten freudig als „Festival“ getauft werden. Löst sich das Festival so im Tourismus auf? Gibt es nicht viel zu viele Festivals? Ist das Publikum des Konzepts nicht schon müde geworden? Zunehmend scheint man gesättigt von dem, was inzwischen mehr eine Formel als eine Geisteshaltung ist. Denn Europa stellt eine un-

glaubliche Anzahl von Äußerungen aller Arten zur Schau!

Faktisch sollte man den Begriff Festival für die kulturellen Ereignisse reservieren, die an Kreativität und internationaler Innovation orientiert sind. Denn die wahre Rolle eines Festivals ist es, die Künstler Projekte und Aktionen in Angriff nehmen zu lassen, die sie im Rahmen der herkömmlichen Institutionen nicht aufführen könnten. Man kann freilich das magische Etikett nicht nur den immer spärlicheren wirklich schöpferischen Festivals verleihen. Man muss auch anerkennen, dass Festivals weiterhin eine große Rolle in der Verbreitung der Werke selbst spielen.

Bekanntermaßen haben überall in Europa immer mehr Veranstaltungen Probleme mit ihrer Vermarktung, vor allem im öffentlichen Theater und ganz besonders in den Ländern, in denen die vielen kleinen Gruppen vorherrschen, die von Projekt zu Projekt arbeiten. Anders als in Deutschland oder den mitteleuropäischen Ländern, die über ein Repertoiretheater verfügen, in denen die fest angestellten Schauspieler die Sicherheit haben, eine ganze Saison zu spielen. In Frankreich wiederum besteht ein ökonomisches Ungleichgewicht zwischen Produktion und Verbreitung. Ein stark gewachsenes Angebot, also eine Überproduktion, hat eine Verstopfung der Kommunikations- und Verbreitungskanäle sowie eine gewisse Müdigkeit beim Publikum hervorgerufen.

Festivals führen solchen Veranstaltungen Sauerstoff zu, und einige wurden nur zu diesem Zweck geschaffen. Sie erhö-

Ganz Osteuropa wendet seit langem die Festival-Formel an, aber die Gelegenheiten, Werke von einem zum anderen Land in Umlauf zu bringen, sind vor allem Richtung Osten nicht groß.

hen die Anzahl der Besucher oder, um mit Brecht zu sprechen, erweitern den „Ring der Kenner“.

In anderen europäischen Ländern kann man sich dennoch nicht gerade über eine Marktsättigung beklagen. Ganz Osteuropa wendet seit langem die Festival-Formel an, aber die Gelegenheiten, Werke von einem zum anderen Land in Umlauf zu bringen, sind vor allem Richtung Osten nicht groß.

Auch in diesem Teil Europas aber wohnt man, von den baltischen Ländern bis Bulgarien, von Rumänien bis Polen, einer Vervielfältigung der Festivals bei. Hat die Form des Festivals also noch einen Sinn? Was ein Festival auszeichnete, war sein Ausnahmecharakter. Festival rime avec carnaval et estival. (Festival reimt sich auf Karneval und sommerlich.) Was den Erfolg und die Langlebigkeit (60 Jahre!) eines Festivals wie Avignon ausmachte: ein drei oder vier Wochen langes Treffen im Sommer in einer historischen Stadt, in der sich alle Theaterliebhaber ständig über den Weg laufen.

Das ist das Bild, das die Öffentlichkeit von einem Festival hat und es ist der Grund, weshalb die großen europäischen Metropolen, wegen ihrer Ausdehnung wie der Fülle der über das ganze Jahr angebotenen Aktivitäten, sich schwer tun, die Identität ihres Festivals zu definieren. Es gibt keine europäische Großstadt, die nicht ihr eigenes Festival hätte. Einige, von Brüssel bis Zagreb, belegen absichtlich fast den ganzen Kalender und verteilen das Festival auf jeden Monat des Jahres.

Man hat die Festivals – als Orte der sorglosen Feste – oft den „dauerhaften Institutionen“, den Hauptlieferanten der kulturellen Erziehung sowie der Werk-treue und Strenge von Kulturaktivitäten

gegenübergestellt. Diese Unterscheidung ist glücklicherweise nicht mehr eindeutig, weil zum einen die Festivals die Initiierung und Erziehung des Publikums übernommen haben und schließlich den festen Orten eine große Sichtbarkeit zuweisen, und weil zum anderen die künstlerischen Produktions- und Vertriebszentren zunehmend Festivalelemente in ihre Jahresprogramme aufnehmen, um die Flamme des Publikums neu zu entfachen. Nichts desto weniger aber erscheinen die Festivals in den Augen eines Teils der kulturellen Öffentlichkeit als leichtere und frivole Veranstaltungen, die sich zu stark um ihr Medienbild sorgen und letztendlich zu zahlreich sind, um dauerhaft ernsthafte Arbeit zu verrichten.

Wem und was nützen die Festivals heutzutage? Lokalpolitikern zufolge gibt es viele gute Gründe, in einer Stadt ein Festival zu organisieren.

Erstens, um der Demokratisierung der Kultur eine neue Chance zu geben. Das Festival scheint den Bürgern und Zuschauern einen einfacheren Zugang zu ermöglichen als die kulturellen Institutionen, an denen man jeden Tag vorbeigeht, aber in die man nicht eintritt (aus verschiedenen Gründen: Mangel an Informationen, hohe Eintrittspreise, kulturelle Hemmnisse und die Angst, „zu dieser Welt nicht dazuzugehören“). Bei einem Festival riskiert man mehr und mit mehr Freude. Vor allem auf einem Freiluftfestival: Man nutzt das Wochenende und die Ferien aus, man knüpft Freundschaften und trifft sich in der Gruppe. Die Veranstaltungen erscheinen zugänglicher und man kann einfacher Kontakt mit den Interpreten oder Schauspielern knüpfen. Jeder lokale Abgeordnete, der sich darum sorgt, dass sich möglichst viele Bürger und

Wähler an kulturellen Aktivitäten laben, freut sich also über jede gelungene Festivalreihe und schickt sich an, die Kosten eines mehrtägigen Events mit dem Jahresbudget einer Kulturinstitution zu vergleichen, indem er es durch die Anzahl der von der kulturellen Muse geküssten Nutzer teilt. Das ist der Grund des Erfolgs des Straßentheaters und des Zirkus, ohne die es bis heute kein Festival gäbe. Der einfache Zugang zur Veranstaltung erscheint den Lokalpolitikern so als eine Bedingung, wenn nicht gar eine Garantie der Demokratisierung der Kultur.

Zweitens vermittelt ein Festival den Eindruck oder die Illusion, die lokale Identität zu stärken. Das Festival ist wie ein Balsam, der soziale Spannungen lindert, die Gelegenheit zu neuen nachbarschaftlichen Bindungen bietet und neue soziale Mischungen erlaubt, haben sie auch nur einen Augenblick Bestand. Es kann auch den Identitätswünschen eines Stadtviertels oder eines Berufsmilieus Ausdruck verleihen. Man weiß zudem, dass einige Abgeordnete es gerne sehen, wenn sich die Künstler stärker gesellschaftlich engagieren, was zwangsläufig mit der Reduzierung der Ungleichheiten in Kultur und Bildung zu tun hat.

Zum Dritten ist das jüngste, aber zweifellos wirksamste Argument, dass ein Festival dem Wirtschaftsleben gute Gelegenheiten bietet. Seit fünfzehn Jahren überzeugen mehr oder weniger vage Untersuchungen die Abgeordneten, aber auch die Händler und die lokale Wirtschaft davon, dass ein Festival vor allem ein gutes Geschäft ist. Das betrifft weniger die vom Niedergang bedrohten Sektoren als die Dienstleistungsbranche: von den Hotels bis zu den Parkplätzen, von den Cafés bis zur Reinigung, von den Souve-

nirgeschäften bis zu den Reisebüros. Man sagt als Faustregel, dass bei den Festivals pro investiertem Euro drei, wenn nicht gar zehn zurückfließen – wenn man alles zusammenzählt: die Übernachtungsausgaben, die Veranstaltungsausgaben, die Reisekosten, die Gehälter, die Mieten von Wohnung und Material. Die Kommunen sind sich der Tatsache bewusst, dass ein Festival oft als Beschäftigungsbörse dient, wenn auch nur für eine Saison.

Obwohl die Arbeitsmöglichkeiten prekär und wenig qualifiziert sind (Arbeiter, Techniker, Kellner, Fahrer, Türsteher), stellen sie eine Gelegenheit dar, die man zum Wohl der Jungen ergreifen muss, seien sie Studenten oder Einsteiger in das Berufsleben.

Viertens ermöglicht das Festival der Gemeinschaft, die es beherbergt, einhergehend mit der wirtschaftlichen Wohltat, ein Bild von sich zu produzieren, das es sonst niemals hätte. Das Festival ist so oft ein zentrales Element einer Tourismuspolitik, die über die Festivaldauer selbst hinausgeht. Eine Stadt kann so ein Prestige aufbauen, das sie sonst – wenn überhaupt – nur mit großen Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit erreichen würde. Ein gutes Festival ruft eine größere und breitere Beachtung durch die Medien als jede Werbekampagne hervor.

Das ist der Grund, weswegen es unter den Festivalorten einen harten Kampf darum gibt, nicht nur die für das Publikum, sondern auch für die Medien geeigneten Festivaldaten zu bekommen.

Der fünfte Existenzgrund für die Festivals ist der wichtigste, wird aber nicht immer an der richtigen Stelle vorgetragen: Ein Festival hat eine künstlerische und kulturelle Bedeutung ersten Ranges.

Die Kommunen sind sich der Tatsache bewusst, dass ein Festival oft als Beschäftigungsbörse dient, wenn auch nur für eine Saison.

Künstlerisch in dem Sinne, dass das Festival, wenn es den Auftrag und die Mittel einer schöpferischen Aktivität hat, den Künstlern Arbeiten und Spielereien außerhalb ihrer Gewohnheiten und üblichen Orte erlaubt, was diesen wiederum eine Erneuerung und die Flucht aus der Routine ermöglicht. Bei einem Festival kann eine Aufführung eine halbe Stunde oder die ganze Nacht andauern; sie kann auf koreanisch oder auf türkisch sein; und sie kann einen außergewöhnlichen Ort beleben, mit dem das Publikum bei einer normalen Aufführung niemals in Berührung käme. Ein Festival muss ein Ort des Wagnisses sein. Es ist ein beiderseitiges kulturelles Interesse, weil die Festivals auch aus Sicht der Zuschauer Gelegenheit zur Entdeckung, zum Lernen und zur Diskussion mit Gleichen darstellen. Auf Festivals finden formelle oder informelle Diskussionen statt, kursieren Worte, Gerüchte und Reputationen. Da die meisten Festivals international offene Ereignisse der Begegnung sind, die verschiedene Ästhetiken zeigen, verschiedene Disziplinen mischen, stellen sie privilegierte Momente dar – für die Künstler, um ihr Publikum wieder zu finden, für die Kritik, um selbst kritisiert zu werden. Es kommt den Zuschauern zu, ihr Glück auf nicht immer ausgetretenen Wegen zu finden, und es kommt den Veranstaltungen zu, jeden Abend aufs Neue ihr Publikum zu finden.

Es gibt also eine Reihe von Gründen, immer neue Festivals zu schaffen. Die bestehenden könnte man nach ihren vorherrschenden Charakteristika klassifizieren:

- Minderheiten-Festivals für Frauen, Homosexuelle, Senioren etc.
- Identitäts-Festivals um eine lokale Gruppe oder regionale (ethnische) Kultur

- touristische Festivals
- originelle Festivals: Sie wollen sich um jeden Preis von anderen unterscheiden, eine Nische besetzen oder eine einzige künstlerische Richtung vertreten wie Debütfilme, Märchen oder Fotojournalismus ... Ein Festival könnte, um von sich reden zu machen, auch in einem Kahn, Heißluftballon oder im Wald stattfinden.

Dennoch müssen die Festivals den Ehrgeiz bewahren, ein zusammenhängendes Programm anzubieten, und das sollte sie eher zu Generalisten als zu Spezialisten machen. Man muss sich klar machen, dass es offensichtlich im Theater nicht mehr eine einzige vorherrschende Denkschule gibt (wie beispielsweise bei den früheren Meistern Grotowski, Barba, Vilar, Mnouchkine, Brook oder Heiner Müller), wie in der Musik, im Tanz oder in den Bildenden Künsten; keine ideologische Richtschnur mehr, die einem Festival eine einheitliche Doktrin geben könnte. Die Begegnungsfestivals zeigen viele künstlerische Richtungen und vermischen sie – im besten Fall – oder lassen sie – im schlechtesten – auseinanderlaufen. Deswegen muss ein Festival im Innern immer den Anspruch haben, die Zuschauer zu begleiten, sofern es sie nicht zu unermüdlichem „Zappen“ zwingen will. Es geht nicht darum, Glaubensbrüder zu versammeln, aber jedem zu helfen, sich bewusst mit den mannigfaltigen Tendenzen der zeitgenössischen Kunst auseinanderzusetzen.

Von der Elite zur Masse?

Das Festival ist sicherlich ein mit den Künstlern geteiltes gemeinsames Aben-

teuer, aber es ist nicht nur für Profis da. Im eigentlichen Sinne hat es seine Berechtigung nur in einer Treuebeziehung zum Publikum. Publikum im Plural, um genauer zu sein, denn man weiß seit langem, dass das Publikum in Wirklichkeit ein Zusammenkommen von Einzelnen ist, die allesamt ihre unterschiedliche Geschichte und Bildungswege haben.

Das ist die eigentliche Schwierigkeit eines „schöpferischen Festivals“: sich an in ihrer Beziehung zur Kunst heterogene Zuschauerkreise zu wenden. Deswegen verlangt man von den Festivals eine widersprüchliche Mission: das lokale Kulturleben zu beachten und sich zugleich dem internationalen zu öffnen; die ältesten Kritikerhasen zu überraschen und zugleich den Jungen nicht die Türen zu verschließen; das Publikum zu binden und es zugleich zu erneuern; ein kohärentes und strenges Programm zu entwickeln und zugleich das Festliche und Gesellige, also die Vergnügung, zu fördern.

Einige bedauern diese Expansion der Massenkultur so sehr, dass die Bindung an die künstlerischen Werte nur noch für eine Minderheit von Belang zu sein scheint. Minderheit oder Elite? Diese Frage ist auf politischer Ebene relevant, denn man verwechselt schnell minoritär mit elitär. Aber das Festivalpublikum besteht nicht in dem Sinne aus einer Elite, wie man das Wort zur Zeit der Klassenkämpfe verwendete. Es sind nicht notwendigerweise die reichsten und bestgestellten Gruppen, die das Publikum der Festivals ausmachen. Natürlich bleibt das Geld immer ein Problem. Es kann objektiv die Praxis und den Konsum von Kultur verhindern. Das größte Hindernis für den Zugang zur Kultur ist aber weniger finanziell, sondern vor allem selbst kulturell.

Das größte Hindernis für den Zugang zur Kultur ist aber weniger finanziell, sondern vor allem selbst kulturell.

Mehr als das Wohlstandsniveau sind es die Bezüge zur Kunst und ihren Werten (wie Sensibilität, Emotionen, Phantasie sowie Wissen oder reiner Verstand), die über das Interesse an den kulturellen Dingen entscheiden. De facto sind für den Kunstgenuss eine Ausbildung, ein konstantes Interesse und eine Akzeptanz ihrer Rituale notwendig, unabhängig von Sparte und Typologie der Kunst selber. Die aktuelle Popmusik oder das sogenannte alternative Theater sind ebenso konstitutiv für bestimmte getrennte Fangemeinden wie die Oper oder der klassische Tanz. Umso besser übrigens, denn Kunst passt nicht unbedingt mit Einstimmigkeit und Konsens zusammen. Alles in allem erscheint die Explosion von Formen und unterschiedlichen Zuschauerkreisen nicht länger als ein Faktor der sozialen Kohäsion, sondern als Zeichen der kulturellen Diversität, die man heute gerne voranbringt.

Festivals und regionale Identität

Städte und Regionen (seien es französische Départements, italienische Provinzen oder deutsche Länder) sind von der Festival-Formel hingerissen. Die lokalen Gewählten stehen in vorderster Linie: Sie sind die ersten Promotoren und zweifellos ersten Nutznießer dieser Festivals. Die Formel erscheint ihnen so verführerisch, dass sie darüber teilweise die übrige Kulturarbeit des Jahres vergessen. Manchmal verwechseln sie Festival mit Fete und tendieren dazu, das Ereignishafte zu bevorzugen, das sie selbst in den Mittelpunkt der Medien stellt und ihnen die Anerkennung der Zuschauer und Wähler sichert, angefangen mit dem lokalen Handel. Denn ein Festival hat mehr Aus-

wirkungen auf das lokale Kulturleben, als man glauben mag:

- Es hat eine starke Mobilisierungsfunktion, weil es eine medial gut verwertbare Veranstaltungsform ist. Für die Medien ist es ein gefundenes Fressen: Es kaut die Arbeit von Presse und Fernsehen vor, häuft Slogans und Logos an und stellt eine kritische Masse dar, die einfacher zu identifizieren ist als eine isolierte Veranstaltung oder ein sorgfältig über eine Spielzeit verteiltes Jahresprogramm.
- Ein Festival unterstützt das lokale Kulturleben und die lokalen Künstler. Man hat oft über die Rivalität geredet, die bei einigen Festivals zwischen den von außen „importierten“ Künstlern und dem lokalen Angebot besteht. Gewiss, auf der einen Seite integrieren einige Festivals bestimmte lokale Künstler. Wo das nicht der Fall ist, sieht man oft spontan entstehende Parallelveranstaltungen, die das sogenannte offizielle Festival „besetzen“ oder ergänzen. Auch andere Künstler kommen zum Festival, um sich bekannt zu machen und die Ansammlung von Zuschauern, Journalisten und Profis auszunutzen. Avignon ist ein gutes Beispiel dafür: Es waren die Schauspieltruppen der Stadt, die „off“-Aktivitäten erfanden und vor allem während der Festivalzeit darboten. In Edinburgh überragt das „Fringe“ wegen seiner unglaublichen Fülle von Veranstaltungen sogar das ursprüngliche Festival.
- Ein Festival ist auch ein Anreiz für die lokale Szene, sich mit den angereisten Künstlern zu vergleichen

und zu messen, aber auch mit ihnen zusammenzuarbeiten. Hier werden die Künstler angeregt sich weiterzuentwickeln und die Festivals arbeiten mit den lokalen Strukturen in verschiedener Intensität zusammen (von der Miete der Locations bis zur Koproduktion).

- Ein Festival erlaubt schließlich dem – lokalen oder auswärtigen – Publikum, Stadt und Hinterland wieder zu entdecken und sich gemeinsame Räume auf eine andere Weise als im Alltag anzueignen. Ein Kinofestival kann helfen, eine lokale Spielstätte voranzubringen. Ein Theaterfestival, die Sanierung von historischen Bauten zu beschleunigen. Und das Publikum kann so ungewöhnliche Orte, unbekannte Gebäude und vergessene Wege neu entdecken.

Es ist daher nicht nötig, die Politiker von der Nützlichkeit der Festivals zu überzeugen. Ihnen sollte aber geholfen werden, ihr Projekt zu präzisieren, ihren Kurs im Hinblick auf künstlerischen Anspruch und Ausbildung des Publikums zu bewahren. Eine Stadt kann nicht einfach irgendetwas lancieren und ein Festival kann sich nicht einfach irgendwo etablieren. Deswegen ist es notwendig, dass die Region die Kulturschaffenden und Vermittler anspricht. Denn die Erfahrung lehrt, dass ein künstlerischer Leiter oft entbehrlich ist, sobald ein Festival es versteht, künstlerische Ansprüche und kulturelle Aktion gleichermaßen zu verbinden. Der künstlerische Leiter ist angehalten, auf der einen Seite das Verhältnis zum Künstler zu pflegen, und auf der anderen Seite das Publikum zu informieren und zusammenzubringen. Das Gegengewicht

zur Kompetenz des künstlerischen Leiters muss seine Unabhängigkeit sein. Er sollte Gewissheit hinsichtlich seiner Vertragsdauer haben und kann sich nicht als lokaler Angestellter verhalten, darf aber auch nicht als solcher betrachtet werden.

In Europa, der Heimat des Theaters, und in einer kulturellen Konsumgesellschaft, in der die Medien eine derartige Bedeutung erlangt haben, steht den Festivals also eine rosige Zukunft bevor.

*Aus dem Französischen
von Stephan Hollensteiner*

Bernard Faivre d'Arcier war nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre zunächst für das französische Kulturministerium in den Bereichen Theater, Kino und Audio-Visuelles tätig. Er war mit zwei Unterbrechungen insgesamt 16 Jahre lang Leiter des Festivals von Avignon sowie kultureller Berater des Premierministers und Abteilungsleiter im Kulturministerium. Er hat den französischen Zweig des heutigen deutsch-französischen Kultursenders ARTE initiiert und ist heute Berater zahlreicher Städte und Regionen.

VISION DER OPER Die Oper ist nicht nur Selbstzweck gesellschaftlicherer Repräsentation, sie hat ihr grenzüberschreitendes Wirkungspotenzial entdeckt. Internationale Koproduktionen und Festivals machen sie zu einer vielversprechenden Diskussionsplattform für europäische und globale Themen aus Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Umwelt. *Von Xavier Zuber*



Fortschritt Europa“ lautet der Titel dieses Kulturreports, in der die Rolle der Kultur in Europa untersucht wird. Ich will diese gewichtige und gleichzeitig abstrakte Thematik mit dem Medium Oper verknüpfen.

Zuallererst ist Oper ein Ort der Kommunikation nach innen wie nach außen. Sie repräsentiert eine okzidentale Hochkultur im Umgang mit dem Menschen. Die Oper ist aber auch eine Kunstgattung innerhalb der Darstellenden Künste, deren Wurzeln 400 Jahre in die Vergangenheit reichen und europäisch geprägt sind: Sie steht für ein kostbares kulturelles Gedächtnis unseres „alten“, aber doch so vielseitigen Europa. So finden sich noch heute in der Institution Oper aristokratisch-höfische, sowie demokra-

tisch-bürgerliche Formen wieder. Angefangen bei der Organisation des Apparats, der den künstlerischen Alltag bestimmt – von der hierarchischen Spitze des Intendanten über den Generalmusikdirektor, die Sänger und Musiker bis hin zu den technischen Mitarbeitern. Es ist die Hierarchie, die es der Dichtung, der Musik und der bildenden Kunst erlaubt, nicht nur unter einem Dach zu arbeiten, sondern sich gemeinsam zu einer Idee für ein Werk zu vereinen. Diese Idee wird im Verlauf eines künstlerischen Prozesses zu einer künstlerisch formulierten Vision, die unserem heutigen, bürgerlich geprägten Menschenbild ein Gegenbild liefern will.

Die „Entente“ der einzelnen Künste gleicht in der Praxis der Quadratur des Kreises. Die Künstler, die sich unter dem Dach der Oper versammeln, vertreten nicht selten unterschiedliche künstlerische Meinungen und Haltungen. Doch die Oper wäre nicht die Oper, wenn diese „Cohabitation“ der Künste nicht in eine produktive Auseinandersetzung münden würde, in der stets der singende Mensch im Mittelpunkt steht. Die interpretatorische Arbeit an einem Werk wie „La Traviata“ oder „Carmen“ ist ein Prozess, der sich in der Gegenwart abspielt. Das moderne Musiktheater, wie wir es etwa in Stuttgart verstehen, versucht, Werke aus

dem Repertoire oder einen neuen Stoff aus dem Dunkel seiner (Entstehungs-) Geschichte zu bergen und für die Gegenwart aufzuarbeiten.

Im 20. Jahrhundert stürzte die Oper in eine Legitimationskrise. Hatte sie in der Vergangenheit die Aufgabe, die jeweils herrschende Gesellschaftsform zu repräsentieren, so konnte sie diese nur bedingt in Frage stellen. Eine kritische, unabhängige Position konnte das Sprechtheater hingegen durch die sozialen Ereignisse der Demokratisierung und durch einen kleineren und somit flexibleren Apparat leisten, was sich künstlerisch in den Reformbewegungen des 20. Jahrhunderts manifestierte. Der deutsche Nationalsozialismus bedeutete eine markante Zäsur für die ästhetische Reform der Oper (des Theaters überhaupt). Dem Missbrauch des deutschen Repertoires galt eine radikale Befragung der Werke, wie es der Regisseur und Festspielleiter Wieland Wagner in Stuttgart mit den Werken seines Großvaters tat. Nicht zu vergessen ist die rasante Entwicklung moderner Technologien in den vergangenen 40 Jahren, die in die heutige ästhetisch-interpretatorische Arbeit eingeflossen ist.

Geist der Oper

So ist das Musiktheater von heute eine Möglichkeit, die Entwicklung unserer (Geistes-)Geschichte und der ihr innewohnenden Rolle für den Menschen zu diskutieren. Die Institution Oper bietet dafür Raum und Freiheit. Sie ist der Tempel geistiger Auseinandersetzung zwischen Komponist, Autor und Regisseur. Das Stuttgarter Musiktheater ist in seiner künstlerischen Arbeit ein gutes Beispiel für diese Haltung.

Doch welche Themen sind es, die aufgearbeitet werden und es auf die Bühne schaffen? Was verbindet und trennt die Menschen heute in Europa? Diese Fragen bestimmen auch die inhaltlich-dramaturgische Arbeit eines modernen Musiktheaters in Zeiten europäischer Partnerschaften und Koproduktionen zwischen den Opernhäusern und internationalen Festivals. Musik und Theaterproduktionen unterliegen heute nicht nur mehr dem Selbstzweck rein nationaler Repräsentation. Vielmehr bilden sie die Pfeiler moderner Foren, in denen Ereignisse aus der Gegenwart dargestellt und im Anschluss diskutiert werden.

So fließen zwangsläufig auch globale Probleme in diese Arbeiten mit ein. Ein Beispiel, wie dies bei einem bekannten Werk aus dem Repertoire aussehen kann, möchte ich hier anführen.

Im Juni 2006 hatte in Hannover und danach in Barcelona die Oper „Wozzeck“ von Alban Berg Premiere. Das Regieteam (mit mir als Dramaturg) um den katalanischen Regisseur Calixto Bieito hat diese Oper dazu genutzt, um auf den katastrophalen Zustand von Umwelt und Natur

Und was verbindet und trennt die Menschen heute in Europa? Diese Fragen bestimmen auch die inhaltlich-dramaturgische Arbeit eines modernen Musiktheaters in Zeiten europäischer Partnerschaften und Koproduktionen zwischen den Opernhäusern und internationalen Festivals.

hinzuweisen. Die Ausbeutung des Individuums, in diesem Fall Wozzecks, wird symbolisch zum Fanal unserer Zeit erklärt. Die Frage, die die Oper uns stellt (frei nach Büchner und Berg), lautet: Wie steht der Mensch zu seiner Umwelt? Die Oper wurde als apokalyptische Vision unserer dahinsiechen Natur inszeniert. Es ist die Erweiterung des Stoffes in eine ökologische Dimension, die für die Opernhäuser von Barcelona, Hannover und Madrid entwickelt wurde. In solchen Werken, wie sie die Opernliteratur anbietet, reichen die Themen stark in unsere Gegenwart hinein.

Ort der Begegnung

Die Staatsoper Stuttgart kümmert sich aber auch seit geraumer Zeit um Tendenzen neuer Musiktheaterformen. Im „Forum für Neues“ – so lautet seit Beginn der neuen Spielzeit der offizielle Name für die Spielstätte auf dem Stuttgarter Römerkastell, die vor drei Jahren als „Forum Neues Musiktheater“ vom damaligen Opernintendanten Klaus Zehelein ins Leben gerufen wurde – werden Teams internationaler Herkunft zusammengeführt, um neue Werke des Musiktheaters zu erarbeiten und aufzuführen. In dem Forum, das auch als „Opernlabor“ bezeichnet wird, steht der Komponist im Mittelpunkt, der zusammen mit Autoren, Regisseuren und Bühnenbildnern ein Werk entwickelt. Dabei geht es um Geschichten, die „auf der Strasse liegen“, sprich zeitlich relevant sind. Eine solche Arbeit war zum Beispiel die „zeitoper“ „Carcrash“ der Komponisten Willi Daum und Ralf R. Ollertz, in dem das Auto inhaltlich das Zentrum des Werks darstellt. Die Komposition setzt eine imaginäre

Nachtfahrt in Szene. Diese handelt vom Unterbewusstsein des Fahrers, wobei der Sekundenschlaf zum Auslöser einer inneren Handlung wird. Die Gefahr des Unfalls wird so plötzlich gegenwärtig, dass sein Hergang musikalisch zu einer sich endlos wiederholenden Geschichte wird. Die Extremsituation dieser „zeitoper“, in der sich der singende Lenker – und mit ihm der Zuschauer – befindet, macht diese Nachtfahrt zu einem eindrücklichen Musiktheater zum Thema Mensch und Mobilität.

Man kann und muss die Frage des vorliegenden Reports natürlich auch zurückgeben: Welche Rolle spielen Oper und Musiktheater für die politischen Institutionen der EU? Zugespitzt formuliert, inwiefern kümmert sich die EU-Administration um die Kunstgattung Oper, als vermittelnde Gattung neuer Ideen und Visionen? Wäre es nicht auch eine Chance für Europa, sich dadurch auszuzeichnen, wenn die Identitäten unserer Staaten nicht nur aus wirtschaftlich-nationalen Faktoren, sondern auch aus kulturellen Interessen bestünden? Könnten die Opernhäuser nicht als europäische Stätten für Foren der Auseinandersetzung und Begegnung ausgewiesen und unterstützt werden? Und sind dafür nicht die schon heute existierenden Museen, Theater und Opern in Europa prädestiniert?

Bestimmte europäische Opernhäuser arbeiten bereits in diese Richtung, etwa in Hannover und Barcelona, sie fassen ihre Programme so zusammen, dass sich ein thematischer Schwerpunkt als roter Faden durch ihr Konzept zieht, das auch thematisch gesellschaftliche Themen und Diskussionen der jeweiligen Städte und Länder berücksichtigt. Die Stuttgarter Oper arbeitet zurzeit mit dem Institut Français

und anderen institutionellen Partnern an einem thematischen Schwerpunkt zum Thema „Französische Kultur in Deutschland“. Ist es nicht spannend, innerhalb des großen Repertoires der französischen Oper das Geschichtsbild in Frankreich und die Rezeption in Deutschland, beispielsweise in Hector Berlioz' „Les Troyens“ oder Claude Debussys „Pélleas et Mélisande“ zu diskutieren?

Welche Menschenbilder liegen diesen Opern zugrunde? Welchem Kulturkreis entstammen sie? Auf welche musikalischen Formen wird zurückgegriffen? Auf französische? Oder deutsche? Diese Auseinandersetzung und Diskussion um europäische Eigenarten kann in der Oper aufs Spannendste erzählt werden. Der singende Mensch bewegt sich darin in einer Welt der Ideen und Utopien, die allesamt unsere Beziehung zur Gegenwart aufs Neue in Frage stellen. Die Gattung Oper und das aus ihr entwickelte moderne Musiktheater liefern durch das Primat der Musik eine emotionale Dimension, die lustvoll eine Gegenwelt behauptet und die als Vision unsere Zukunft gestalten hilft.

Xavier Zuber ist seit September 2006 Leitender Dramaturg an der Staatsoper Stuttgart. Von 2001 bis 2006 arbeitete er mit dem Schwerpunkt Oper und zeitoper als Dramaturg an der Staatsoper Hannover. Von 1998 bis 2000 war er als Dramaturg für Oper und Tanztheater am Theater Basel engagiert, von 1996 bis 2005 Lehrbeauftragter im Fachbereich Szenographie an der Staatlichen Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe.

Kultur basiert auf der Würde des Menschen. Ein friedlicher und konstruktiver Dialog zwischen politischen, sozialen und kulturellen Akteuren ist unumgänglich. Der ständige Dialog ist der Beweis für Europas Seele und kein Zeichen von Schwäche, sondern von Reife. 1+1 ist mehr als 2 – Synergien schaffen mehr Wissen und Verständnis. Das gilt ebenso für die Familie wie für die Gemeinde oder Beziehungen zwischen Nationen.





KUNSTWERK EUROPA „Europäische Kunst“ gibt es nicht, Kultur ist per se ein Unterscheidungsmerkmal der Völker, wie sich etwa an den nationalen Pavillons bei internationalen Kunstevents wie der Biennale Venedig zeigt. Welche Rolle spielen (nicht)staatliche Akteure im Kunstaustausch der alten EU-Länder? Wird hier das Potenzial der Kunst als Imagefaktor ausgeschöpft? Was tun die „Neuen“, um einen Fuß in die Tür des EU-Markts zu setzen? *Von Ursula Zeller*



Europa besteht nicht nur aus Märkten. Es besteht auch aus Werten und Kultur“, sagte EU-Kommissionspräsident Jose Manuel Barroso im November 2004 auf der Berliner Konferenz „Europa eine Seele geben“. Die Frage, welche Rolle die Kultur in der EU und für die EU spielen soll, wird in jüngster Zeit wieder offen gestellt. Auf verschiedenen Ebenen innerhalb und außerhalb der EU-Administration werden die kulturellen Werte Europas intensiv diskutiert, auch weil man sie als Grundlage für eine europäische EU-Außenpolitik betrachtet. Aktualität erhalten diese Fragestellungen auch angesichts des Umgangs mit der islamisch geprägten Welt und der innereuropäischen Auseinandersetzung mit dem Islam. Aber Europa tut sich schwer, die

spezifisch europäischen Werte zu benennen. Ein kleinster gemeinsamer Nenner wäre das Zulassen von Widersprüchen und Vielstimmigkeiten, die Achtung regionaler Kulturen und die Komposition eines Wertekanons, in dem Demokratie und Freiheit fest verankert sind.

So schwierig es ist, gemeinsame kulturelle Werte für Europa festzuschreiben, stellen wir auf der anderen Seite fest, dass Europa in der Praxis kulturell eng zusammengewachsen ist. So geben etwa Millionen europäischer Touristen ein Vermögen aus für Ausstellungen, Opern, Konzerte, Theaterstücke und Filme in und aus Europa. Sie reisen kreuz und quer von Event zu Event, von Festival zu Festival, um die für sie relevanten Kulturereignisse zu erleben. Private Sammler kaufen im großen Stil Kunstwerke für ihre Kollektionen. Doch nicht nur in der Hoch-, auch in der Populärkultur fügen sich Großveranstaltungen in ganz Europa zu einem weltweit beispiellosen Kulturfest zusammen. Diese bemerkenswerten Wertschätzung von Kunst und Kultur beschieren europäischen Städten eine Renaissance und locken Touristen, beinahe unabhängig von Brüsseler Einflussnahme. Denn die EU unterhält nur einen bescheidenen Kulturretat und kann nur in geringem Maße kulturell fördernd tätig werden. Diese Wiedergeburt von Kunst

und Kultur zeigt, dass es in der Praxis so etwas wie ein gemeinsames Verständnis von Kunst und Kultur in Europa gibt. Doch ist von hier der Weg zu einer gemeinsamen Vorstellung von europäischer Kunst noch weit.

Europäische Kunst versus Kunst in Europa

Kultur ist per definitionem ein Unterscheidungsbegriff, d.h. die Kultur einer Nation unterscheidet sich von der einer anderen. Für die Kunst als Funktion der Kultur müsste Gleiches gelten. Gibt es also eine europäische Kunst? Seit dem Mittelalter bis ins 19. Jahrhundert sprechen wir von europäischer Kunst: Die länderumspannende Architektur ist der am ehesten sichtbare Ausdruck dieses gemeinsamen europäischen Kulturraums. Die Kunstgeschichtsschreibung – also die nachträgliche Ein- und Zuordnung der Kunstentwicklung – kennt länderübergreifende Stilrichtungen, aber auch regionale Schulen und lokale Eigenheiten innerhalb Europas bis ins 20. Jahrhundert. Danach greift dieser Ansatz retrospektiver Betrachtung nicht mehr, weil zu viele Neuerungen im Kunstgeschehen innerhalb eines globalen Entwicklungsraums parallel laufen. Das bedeutet, dass je näher wir an die Gegenwart kommen, desto mehr sich die Vorstellung von europäischer Kunst in einem internationalen Kunstdiskurs verflüchtigt.

Diese Wiedergeburt von Kunst und Kultur zeigt, dass es in der Praxis so etwas wie ein gemeinsames Verständnis von Kunst und Kultur in Europa gibt. Doch ist von hier der Weg zu einer gemeinsamen Vorstellung von europäischer Kunst noch weit.

Ein historisches Beispiel kann dies verdeutlichen: die amerikanischen Künstler, die sich von Europa loslösten, verabschiedeten sich von der dezidiert als europäisch empfundenen Zentralperspektive und entwickelten in den 40er und 50er Jahren den Abstrakten Expressionismus. Parallel entstand in Frankreich und Deutschland das Informel. Auf den ersten Blick scheinen sich beide Kunstrichtungen zu gleichen. Bei genauerer Betrachtung sind jedoch ihre Voraussetzungen, Inhalte und Ziele durchaus verschieden. Dies gilt auch für die französische und deutsche Ausprägung. Aus unterschiedlichem Entstehungsort, unterschiedlicher Tradition, Mentalität, Sprache und Denken erklären sich also die Unterschiede in den nationalen Ausprägungen der Kunst. Diese Verschiedenheiten mögen nicht immer sehr groß sein. Deshalb diskutieren wir auch stärker den Antagonismus von westlicher und nicht-westlicher, und weniger jenen von europäischer und etwa amerikanischer Kunst. Trotzdem sind Differenzen in Form so genannter nationaler Idiome einer globalen Kunstsprache vorhanden. Dabei stehen sich die nationalen Idiome Europas aufgrund ihres gemeinsamen europäischen Kulturraums näher als die einzelnen den amerikanischen oder gar den asiatischen.

Doch wir beschäftigen uns mit den Unterschieden der nationalen Kunstszene innerhalb Europas nicht sonderlich. Das könnte daran liegen, dass Definitionsversuche leicht auf nationale Stereotype zurückgreifen. Am ehesten könnte ein Außenstehender die Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der europäischen zeitgenössischen Kunst beschreiben.

Bestes Beispiel für die Unterschiede in den nationalen Kunstszenen gibt die Biennale in Venedig. Dort kommt der Wettstreit der Nationen in der Bildenden Kunst und Architektur alle zwei Jahre zum Tragen. 1895 gegründet, nahmen zunächst nur die Kernländer Europas teil – England, Frankreich, Deutschland und Italien. Sie bauten sich Anfang des 20. Jahrhunderts in den Giardini eigene Pavillons, in denen sie ihre Beiträge zeigten. Bald kamen weitere europäische Länder hinzu, aber auch die USA, Länder Lateinamerikas usw. Heute möchte fast jede Nation mit einem eigenen Pavillon in Venedig vertreten sein. Aus Platzmangel in den Giardini verteilen sich die nationalen Pavillons auf Paläste und Kirchen in der ganzen Stadt. In den vergangenen Jahren drängten vor allem die Länder der ehemaligen Sowjetunion und die asiatischen Länder vermehrt nach Venedig, um ihr gestiegenes Selbstbewusstsein in der Kunst zu zeigen, und weil Europa in der zeitgenössischen Bildenden Kunst immer noch eine wichtige Rolle spielt. Für die jungen Staaten Mittel- und Osteuropas bedeutet die Teilnahme an der Biennale einen wichtigen Schritt in den europäischen Kunstmarkt. Selbst wenn im Vergleich zur Gründung der Biennale der Wettstreit heute nicht mehr ganz so ernst genommen wird, bemüht sich doch jedes Land, die besten Künstler ins Rennen um den Goldenen Löwen für die beste nationale Präsentation zu schicken. In diesen Präsentationen werden die Unterschiede in der künstlerischen Sprache offenkundig.

Politische Kunst?

Wenn es nationale Unterschiede in der Kunst gibt, sollte man sie auch pflegen

und unterstützen. Das ist Aufgabe der einzelnen Staaten. Die Funktion der EU liegt darin, den Austausch zwischen den nationalen Szenen zu befördern. Denn ihr Motto heißt ja gerade, die Vielfalt in der Einheit zu pflegen. Was tut die EU also zur Förderung des Kunstaustauschs?

Die Tätigkeit der EU im Kulturbereich begann Ende der 80er Jahre mit der von der Kommission für punktuelle Aktionen gewährten Unterstützung. Sie wurde also erst vergleichsweise spät auf dem Feld der Kultur aktiv. Ursache dafür ist das Subsidiaritätsprinzip, das für die gesamten Aktivitäten der EU gilt: sie darf nicht auf Gebieten tätig werden, für die einzelne Nationen bzw. ihre Teile zuständig sind. Da Kultur in den Zuständigkeitsbereich der einzelnen Nationen fällt, bewegen sich die Kulturprogramme der EU ausschließlich auf Gebieten, die über deren Einflussphäre hinweggehen: etwa im internationalen multilateralen Austausch oder im Denkmalschutz. Die Bestimmungen des Kulturartikels im Maastrichter Vertrag erweiterten die Aktivitätsräume der EU im Bereich der Kultur 1995 durch die Programme zur Förderung der sektoralen Zusammenarbeit: Ariane förderte den Buchsektor, Raphaël das Kulturerbe und Kaléidoscope die Bühnenkünste. Zu Beginn lag der Förderschwerpunkt der EU auf einer Vielzahl kleiner, kurzzeitiger Aktionen, die sich auf eine breite Palette von Bereichen und Zielsetzungen bezogen. Das Rahmenprogramm KULTUR 2000 (2000 bis 2006) sollte dieser Streuung durch die Einführung eines einheitlichen Instruments ein Ende bereiten. Es hat dies allerdings nur in beschränktem Maße erreicht. Der Grund

Differenzen sind in Form so genannter nationaler Idiome einer globalen Kunstsprache vorhanden.

dafür liegt einerseits in der notwendigen einstimmigen Entscheidung, was Kompromisse bedingt und Prioritätensetzung verhindert. Andererseits gibt es keine europäische Kulturgemeinschaft, die als Referenzrahmen für Schwerpunktaktionen dient. Immerhin sorgt das Programm für eine inhaltliche Unterfütterung der kulturellen Aktivitäten. Im Dezember 2006 beschloss der Kulturministerrat das Nachfolgerahmenprogramm KULTUR (2007 – 2013).

Durch das Programm KULTUR 2000 und KULTUR (2007 – 2013) können auch Kunstprojekte unterstützt werden. Für den Zeitraum 1996 bis 2000 lag die Zahl der von der EU im Rahmen der Gemeinschaftsprogramme unterstützten Kulturprojekte bei etwa 2.000. Über den gleichen Zeitraum waren mehr als 8.000 Projektpartner einbezogen, wobei durchschnittlich fünf Teilnehmer aus den verschiedenen Ländern kamen. Die Fördersumme betrug in dieser Zeit etwa 130 Millionen Euro. Das Kulturbudget der EU lag 2005 bei 0,12 Prozent des EU-Haushalts. Das ist recht wenig, wenn man bedenkt, dass Frankreich im selben Jahr ein Prozent seines Bruttoinlandsprodukts für Kultur ausgab. Kulturförderung in der EU nimmt folglich in allen Sparten zahlenmäßig nur einen geringen Stellenwert ein. Auch wenn die Fördersummen sich in den letzten Jahren leicht erhöht haben, ändert dies die Situation bis heute nicht grundsätzlich. Viele Anträge werden deshalb gar nicht im Programm KULTUR 2000, sondern in Bildungsprogrammen der EU eingereicht. Entsprechend wenig können sich die Künstler bzw. die Kulturinstitutionen von der EU erhoffen. Zudem liegen die Hürden für die von dort geförderten

Projekte recht hoch: für einjährige Projekte müssen Institutionen aus mindestens drei Ländern, für mehrjährige Kooperationsprojekte Institutionen aus fünf Ländern zusammenarbeiten. Das neue Programm KULTUR (2007 – 2013) hat die Teilnehmerzahl für mehrjährige Kooperationsprojekte sogar auf mindestens sechs heraufgesetzt. Viele Organisationen sind mit dem Management solcher komplexer Projekte schlicht überfordert. Die beantragte Finanzhilfe muss auch mindestens 50.000 Euro pro Jahr betragen und darf nur maximal 50 bzw. 60 Prozent des Gesamtbudgets betragen, die einzelnen Institutionen müssen also mindestens 16.000 Euro pro Jahr bei einjährigen Projektvorhaben einbringen. Das ist vor allem für die Institutionen aus den neuen EU-Ländern eine hohe Hürde. Die Förderung von Kunstprojekten aus diesem Programm wird zusätzlich dadurch erschwert, dass die meisten Kunstprojekte mit kürzeren Vorbereitungszeiten und flexibler in Bezug auf Konzeptions- und Realisierungsphasen geplant werden. Insofern dienen diese Programme eher der Realisierung von Projekten großer Institutionen in Europa.

So gilt noch heute, was der Ruffolo-Bericht aus dem Jahr 2001 über die kulturelle Zusammenarbeit feststellt: die Entwicklung kultureller Aktivitäten läuft nur über die Einbeziehung der Mitgliedstaaten. Gleichzeitig merkt er an, dass auf europäischer Ebene nur ein schwaches Kooperationsniveau ohne Verbindung zu den länderübergreifenden Aktionen in den Mitgliedstaaten selbst entstand. Das bedeutet, dass die EU-Kulturprogramme nicht die gewünschte Wirkung haben. Auch die Erhöhung des Budgets in den nächsten Jahren bleibt in vergleichsweise

geringem Rahmen. Insofern bleibt die EU-Kulturpolitik auch in Zukunft von geringem Einfluss auf die Kunstentwicklung und -austauschaktivitäten in Europa.

Kunst ohne Grenzen

Obwohl die Europäer keine präzise, abrufbare Vorstellung von einer europäischen zeitgenössischen Kunst haben, funktionieren gerade in der Bildenden Kunst der Austausch und die Zusammenarbeit auf europäischer Ebene transnational oder multilateral bestens.

Nicht nur im „staatlich“ organisierten und geförderten Künftleraustausch, sondern auch in der freien Ausstellungsszene und dem Kunstmarkt.

Es gibt eine Reihe von staatlichen und nichtstaatlichen Akteuren im Kunstaustausch auf der Ebene der Städte, Museen und Aussteller, die vom öffentlichen Sektor, von privaten Förderern oder durch Private Public Partnership (etwa mit Banken) unterstützt werden. In fast allen EU-Ländern kommen dazu noch sogenannte Off-Spaces – Initiativen, die mit wenig Geld, viel Engagement und Selbstausschöpfung Ausstellungsprojekte in freier Trägerschaft und in nichtinstitutionellem Rahmen realisieren. – Obwohl die staatlichen Mittel und Sponsorengelder für die Realisierung ihrer Programme nur spärlich fließen. Trotzdem sind sie bestens vernetzt, aktiv und produktiv.

Auf Länderebene – der Ebene der Provinzen, Kantone, Counties – existieren staatlich unterhaltene Institutionen mit überregionalen Aufgaben. Entsprechend groß angelegt sind in der Regel die von ihnen realisierten Ausstellungsprojekte. Ihre Programme sind jedoch weniger auf zeitgenössische Kunst, denn auf die klas-

sische Moderne oder altmeisterliche Kunst ausgerichtet. Sie agieren auf der Grundlage bilateraler Abkommen, die zeitweilige Ausleihungen von Kunstwerken und Menschen ermöglichen. Zunehmend beteiligen sie sich an transnationalen Kooperationen, um die notwendigen Gelder für Ausstellungen zusammenzubekommen. Gleiches gilt für die von den Regierungen direkt unterhaltenen Nationalmuseen und -galerien.

National spielen außerdem die Kultur- und Außenministerien, private und öffentliche Stiftungen sowie verschiedene Netzwerke eine Rolle. Besagte Ministerien veranstalten in aller Regel jedoch Ausstellungen und Kunstveranstaltungen nicht selbst, sondern nutzen dafür spezialisierte Organisationen. Der staatlich organisierte Kunstaustausch etwa über Mittlerorganisationen und nationale Kulturinstitute in den einzelnen Staaten ist in den alten EU-Ländern jedoch eher nebensächlich. Im Wesentlichen kümmern sich diese Akteure um die Fehlstellen im Kunstaustausch, sie fördern den Austausch gezielt dort, wo er hinkt. Außerdem betätigen sie sich kulturpolitisch: sie arbeiten mit an der Erstellung der richtigen Rahmenbedingungen, nehmen Einfluss auf Politiker und ihre Entscheidungen in der nationalen Kulturpolitik. Diese soll Hindernisse abbauen – etwa unterschiedliche Besteuerung von Künstlerhonoraren, Ausstellungsgebühren usw. –, um den Kunstaustausch in Schwung zu halten. Andererseits sind die Mittlerorganisationen auch in den alten EU-Ländern zumeist an der Verbreitung ihrer nationalen Kunst interessiert. Staatenübergreifende Kooperationen gibt es eher außerhalb der EU. Eine Ausnahme bildet

CICEB (Consolatio Institutiorum Culturalium Europaeorum inter Belgas), eine gemeinnützige Vereinigung der europäischen Kulturinstitute in Brüssel. Sie wurde 1999 zur Ergänzung des bilateralen Arbeitens gegründet und entfaltet seither eine kooperative Dynamik auch über Brüssel hinaus.

In den neuen EU-Ländern obliegt den Mittlerorganisationen – den nationalen Kulturinstituten, aber auch speziellen Förderinstitutionen im Bereich der zeitgenössischen Kunst – ein großer Teil des übernationalen Kunstaustauschs. Sie organisieren etwa die Auftritte ihrer Länder auf der Biennale Venedig als Teil ihrer wichtigsten Aufgabe: den europäischen Markt und die europäische Kunstszene für ihre Künstler zu erschließen. Dafür realisieren sie Überblicksausstellungen in anderen EU-Ländern. Ein bilateraler nationaler Austausch allein reicht jedoch nicht aus, um erfolgreich die eigenen Künstler in die europäische Kunstszene einzubringen. Sie müssen darüber hinaus Kuratoren in ihr Land einladen, die wichtige Ausstellungsprojekte in Europa realisieren, Atelierbesuche organisieren und Künstler vorschlagen. Weitere Förderinstrumente stellen Workshops, Ausstellungsförderungen und Stipendien für Artist-in-Residencies-Programme dar. Die großen nationalen, staatlich geförderten Museen und Galerien in den neuen EU-Ländern tragen zum Kunstaustausch noch nicht viel bei. Die meisten modernisieren gerade erst ihre personellen, finanziellen und räumlichen Strukturen. Kleinere, alternative Einrichtungen bekommen

Obwohl die Europäer keine präzise, abrufbare Vorstellung von einer europäischen zeitgenössischen Kunst haben, funktioniert der Austausch auf europäischer Ebene bestens.

hingegen kaum staatliche Förderung, so dass sie in der Regel nicht übernational agieren können.

Vernetzte Kunst

Netzwerkbildung ist eine der effizientesten Formen der Zusammenarbeit in der heutigen Zeit. Aus diesem Grund entstand in den letzten zehn bis 15 Jahren eine ganze Reihe von Netzwerken unterschiedlicher Art, Größe und finanzieller Ausstattung, die den Kunstaustausch auf vielfältige Weise betreiben und fördern. Nicht nur Museen und Kunstinstitutionen schließen sich zu Netzwerken zusammen, auch Künstler, Kritiker, freie Kuratoren und sogar die Mittlerorganisationen.

Die nationalen Kulturinstitute und Fördereinrichtungen im Bereich der Bildenden Kunst konzentrierten sich in der Vergangenheit sehr stark auf die Förderung ihrer Künstler innerhalb und außerhalb Europas. Kooperationen waren daher kein Thema. Erst in den letzten Jahren entstanden auch in diesem Bereich Netzwerke. Das umfangreichste ist EUNIC (European National Institutes of Culture), im November 2006 hervorgegangen aus dem 1999 gegründeten CICEB, dem zum Schluss zwölf europäische Kulturinstitute in Brüssel angehörten. EUNIC realisiert nicht nur gemeinsame multikulturelle Kulturprojekte in Brüssel, sondern zielt auf die Unterstützung lokaler Zusammenschlüsse von Kulturinstituten in der EU, aber auch außerhalb.

Führende Organisationen des Kunstaustauschs aus ganz Europa haben sich 2006 zum neuen Netzwerk VOLTAGE (Voice of leading transnational art-ex-

change groups in Europe) zusammengeschlossen. Ziele sind eine bessere Kommunikation und grenzüberschreitende Kooperationen im Kunstaustausch sowie eine stärkere Stimme der Kunst in der Brüsseler Bürokratie. Zudem soll über eine Publikation der Unterstützungsprogramme der einzelnen Organisationen mehr Transparenz für die nationalen Förderstrukturen innerhalb der EU geschaffen werden.

Besonders der nichtstaatliche Sektor hat zahlreiche Netzwerke ausgebildet. Auffällig ist, dass diese transnational, jedoch sowohl europa- als auch weltweit tätig sind. Meist jedoch ohne besonderes europäisches Bewusstsein. Dazu gehört die AICA (International Association of Art Critics), die internationale KunstkritikerInnenvereinigung. Diese Nichtregierungsorganisation wurde 1948/49 unter dem Patronat der UNESCO gegründet und fördert Kunstkritik weltweit, Sitz ist in Paris. Der AICA gehören 4.200 Mitglieder in 64 nationalen Sektionen an.

Der bedeutendste Zusammenschluss unter den staatlichen wie nichtstaatlichen Museen und Museumsfachleuten quer durch alle Fachgebiete ist ICOM, der Internationale Museumsrat (International Council of Museums), mit über 21.000 Mitgliedern in 140 Ländern. ICOM gehören 113 Nationalkomitees und 30 internationale Fachkomitees sowie zahlreiche regionale und angegliederte Organisationen an mit Sitz in Paris. Traditionell engagieren sich die europäischen Sektionen sehr in dieser Organisation, jedoch (noch) ohne spezifisch europäische Agenda.

Die IKT (International Association of Curators of Contemporary Art), in den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts gegrün-

det, ist hingegen ein vorwiegend ost- und westeuropäisches Kuratorennetzwerk mit mehr als 500 Mitgliedern, davon auch einige aus Japan, Australien und Amerika. Es dient dem Programm- und Erfahrungsaustausch für Museumsdirektoren, Kulturmanager und freie Kuratoren mit dem Ziel, die Debatte hinsichtlich der Konzeptionierung und Realisierung von Kunstausstellungen zu unterstützen. Alle drei Jahre wechselt der Sitz in ein anderes europäisches Land.

Nicht nur die Kuratoren, Museen und Kunstinstitutionen, auch die Künstler haben sich übernational organisiert. Die IAA (International Association of Art) ist die größte nichtstaatliche Organisation von bildenden Künstlern mit weltweit über 70 Nationalkomitees. Sie hat beratenden Status bei der UNESCO in Paris. Sie zielt auf die Verbesserung der beruflichen, rechtlichen und sozialen Bedingungen für bildende Künstler. Um den weltweit sehr unterschiedlichen Gegebenheiten Rechnung zu tragen, wurde die IAA-Arbeit bereits Anfang der 80er Jahre des 20. Jahrhunderts regionalisiert. Diesen regionalen Ansatz baute die IAA mit der Gründung von IAA Europe stetig aus. Sie setzt sich zur Zeit mit Fragen zu Zoll- und Visabestimmungen sowie mit Förderungsmodellen von Kunst im öffentlichen Raum auseinander.

Neben der IAA etablierte sich 1995 der ECA (European Council of Artists), der vor allem gegründet wurde, um Einfluss auf die politischen Institutionen in Europa wie etwa die EU, den Europarat, die

Auf dem Kunstmarkt klaffen die größten Unterschiede zwischen alten und neuen EU-Ländern. In den neuen Ländern ist der Kunstmarkt erst im Entstehen, der staatliche Sektor ist hier fast noch allein bei Ankäufen tätig.

UNESCO und andere relevante Organisationen nehmen zu können. Er vertritt spartenübergreifend die Belange der professionell tätigen Künstler in Europa in sozialen, rechtlichen und ökonomischen Fragen. Ihre Repräsentanten aus derzeit 24 Ländern Ost- und Westeuropas sind selbst Künstler, die die übergeordneten Organisationen ihrer Länder aktiv vertreten. Die Geschäftsstelle sitzt in Kopenhagen.

Das 1994 in Belgien gegründete EFAH (European Forum for the Arts and Heritage) ist der größte spartenübergreifende Zusammenschluss von kulturellen Netzwerken, Organisationen und Experten aus dem Bereich der Künste und des Kulturerbes in Europa mit derzeit 75 Mitgliedsorganisationen aus zwanzig west- und osteuropäischen Staaten. Sitz der Geschäftsstelle ist Brüssel. Das Forum arbeitet als Vermittler im Feld der europäischen Politik und Administration, soweit Interessen von Künstlern und Kulturschaffenden tangiert sind. Darüber hinaus versteht sich EFAH als Interessensvertretung des europäischen Kultursektors gegenüber den Entscheidungsträgern auf allen politischen Ebenen.

2001 haben sich in Helsinki die bildenden Künstler auf europäischer Ebene unter einem gemeinsamen Dach im EVAN (European Visual Artists' Network) zusammengeschlossen. Mitglieder sind derzeit Künstlerorganisationen aus elf Ländern (Dänemark, Finnland, Großbritannien, Irland, Schweden, Österreich, Niederlande, Spanien, Norwegen, Island und Deutschland). EVAN möchte die politischen Entscheidungsprozesse auf nationaler und europäischer Ebene im Sinne der spezifischen Interessen bildender Künstler beeinflussen, das Be-

wusstsein für die Lebens- und Arbeitsbedingungen dieser Berufsgruppe in Europa schärfen, den Informationsaustausch zu sozialen und rechtlichen Fragen sowie die Zusammenarbeit zwischen Künstlern wie zwischen deren Organisationen fördern. Ziel ist es, Künstlerorganisationen aus möglichst allen EU-Staaten in dieses Netzwerk einzubinden.

Ein weiteres Netzwerk mit starker Verankerung in Europa ist Res Artis, der größte Zusammenschluss von Artist-in-Residence-Institutionen weltweit. Er vertritt mehr als 200 Zentren und Organisationen in 40 Ländern, die Künstlern die Möglichkeit geben, eine Zeit lang dort zu leben und zu arbeiten. 1993 als freiwillige Vereinigung gegründet, repräsentiert und unterstützt Res Artis die angeschlossenen Zentren durch Informations- und Erfahrungsaustausch. Sie wirbt für ein besseres Verständnis für die wichtige Rolle, die diese Kunstzentren für die Entwicklung der zeitgenössischen Kunst in allen Sparten auf der ganzen Welt spielen.

Die Schule der Kunst

Weniger optimal läuft der Kunstaustausch in der Ausbildung der Künstler: hier binden die meisten Nationen nur Einheimische als Professoren in die Ausbildung ein. Stark zeigt sich die Tendenz an Akademien in Italien und Frankreich, viel weniger dagegen in Holland, Deutschland oder Großbritannien. Zudem gibt es weitere Hindernisse. So fordert etwa die französische Regierung in einem Memorandum zur europäischen kulturellen Zusammenarbeit im Januar 2004 unter anderem, „die Mobilität von Kulturvertretern und Kunstwerken in

Europa zu fördern“, indem zum Beispiel die sozialen und steuerlichen Statute der Künstler einander angenähert sowie die von den Mitgliedstaaten ausgegebenen Diplome gegenseitig anerkannt werden sollten. Dies gehört zwar eher in den Bereich von Hochschulen und Bildung, hat aber große Auswirkungen auf die Kunstszene und die Mobilität der Künstler in den einzelnen Ländern.

Kunst für den Markt

Der Kunstmarkt funktioniert wie der Kunstaustausch im allgemeinen sehr gut. Von einem Markt kann man nur sprechen, wenn Künstler in einem Land vorhanden sind, wenn Galerien zu ihrer Betreuung und Vermittlung existieren, wenn es eine Schicht von privaten und öffentlichen Sammlern gibt, die in der Lage sind, die zeitgenössische Produktion auch zu kaufen. Auf dem Kunstmarkt klaffen die größten Unterschiede zwischen alten und neuen EU-Ländern. In den neuen Ländern ist der Kunstmarkt erst im Entstehen, bilden sich erst langsam Käuferschichten für zeitgenössische Kunst heraus. Der staatliche Sektor ist hier fast noch allein bei Ankäufen tätig: es gibt kaum zeitgenössische Galerien oder private Sammler, die sich um die jungen Künstler kümmern.

In den alten EU-Ländern ergibt sich ein anderes Bild. Deshalb setzen die neuen EU-Länder alles daran, ihren Künstlern den Zugang zu den Märkten in den alten Ländern zu öffnen – mittlerweile mit einigem Erfolg. Aber auch die zunehmende Zahl von Galerien aus den neuen EU-Ländern auf den Kunstmesen in Europa zeigt einen Aufwärtstrend mit Polen als Musterschüler.

In den alten EU-Ländern haben sich mehrere Kunstmärkte etabliert: der wichtigste ist sicherlich Basel, gefolgt von London, Paris, Madrid, Berlin, Köln und Bologna. Seit dem Zusammenbruch des Kunstmarkts in den 80er Jahren melden diese Märkte steigende Besucher- und Verkaufszahlen. Wer auf den Kunstmärkten vertreten sein darf, ist übernational geregelt: es dürfen nur Galerien mit einem regelmäßigen Ausstellungsprogramm, einem Stamm von vertretenen Künstlern und allgemeinen Öffnungszeiten für das Publikum teilnehmen. Eine gewisse Wettbewerbsverzerrung entsteht dadurch, dass einige europäische Länder ihre kommerziellen Galerien bei der Teilnahme an Kunstmesen unterstützen. Dafür gibt es keine europaweite Regelung, weil die Förderung unter dem Deckmantel kultureller und nicht wirtschaftlicher Subvention stattfindet.

Sicher gibt es auch auf dem Kunstmarkt Hemmnisse, die beseitigt werden müssen. So fordert die französische Regierung in einem Memorandum zur Europäischen Kulturellen Zusammenarbeit im Januar 2004, die Attraktivität des europäischen Kunstmarkts zu steigern. Dort heißt es (S.15/16): „... Die Vitalität und Wettbewerbsfähigkeit des europäischen Kunstmarkts werden durch ein Steuersystem beeinträchtigt, das insbesondere im Vergleich zur Schweiz oder den Vereinigten Staaten wenig vorteilhaft ist. Mehrere im Laufe der 1990er Jahre verabschiedete Maßnahmen haben die Ungleichgewichte verschlimmert: es handelt sich dabei insbesondere um Bestimmungen bezüglich der Mehrwertsteuer bei der Einfuhr und der Harmonisierung beim System des Folgerechts. Mehrere nationale Berichte haben erwiesen, dass

die Aufhebung der Mehrwertsteuer bei der Einfuhr überaus vorteilhafte Auswirkungen auf die Dynamik des europäischen Kunstmarkts hätte, ... Die Umsetzung der Richtlinie 2001/84/EG des Parlaments und des Rats ... bezüglich des Folgerechts müsste Gegenstand einer Bewertung und einer gemeinsamen Überlegung der Mitgliedstaaten werden. Die Fachvertreter des Kunstmarkts sind nämlich der Meinung, dass dieser Textlaut so geartet ist, dass dadurch die Wettbewerbsfähigkeit des europäischen Markts beeinträchtigt wird.“

Neben Mehrwertsteuer und Folgerecht bedroht aber noch eine weitere Entwicklung den Kunstmarkt: die zunehmende Zahl von privaten Händlern, die auf den Kunstmärkten nicht mit Ständen vertreten sein dürfen und wollen. Sie haben geringere Unkosten als die Galeristen, da sie kein jährliches Ausstellungsprogramm bieten und Künstler unterstützen müssen. Sie drängen sich zwischen die Beziehung von Galerie und Sammler, indem sie Kunstwerke direkt von den Künstlern vermitteln und den Sekundärmarkt monopolisieren.

Urheber der Kunst

In der EU gibt es kein einheitliches Urheberrecht, bestimmend sind die nationalen Gesetze. Allerdings werden diese mehr und mehr von europäischen Vorgaben durchdrungen. Im Urheberrecht laufen besonders starke Harmonisierungsprozesse ab, in denen die Lobbyarbeit der Verwertungsgesellschaften

Private Händler drängen sich zwischen die Beziehung von Galerie und Sammler, indem sie Kunstwerke direkt von den Künstlern vermitteln und den Sekundärmarkt monopolisieren.

der Teilländer ihren Niederschlag findet. Geregelt wurde etwa, dass Urhebern grundsätzlich angemessene Vergütungen zu zahlen sind und sie nicht in Knebelverträgen dazu gebracht werden können, ihr Werk unter Wert herzugeben. Europaweit wurde auch die Schutzdauer vereinheitlicht, die bis 70 Jahre nach dem Tod des Künstlers gilt. Es gab bisher verschiedene Richtlinien, wünschenswert wäre ein einheitliches Urheberrecht. Das größte Hindernis dabei besteht im grundsätzlich unterschiedlichen Ansatz der kontinentaleuropäischen und der angelsächsischen Rechtsordnungen. Dort wird das Copyright nach wie vor primär als Vermögensrecht angesehen, während die anderen Rechtsordnungen nicht nur die wirtschaftlichen Rechte des Urhebers, sondern auch seine persönlichkeitsrechtlichen Interessen schützen („droit moral“). Andererseits gibt es seit einiger Zeit die Diskussion, ob der Urheberrechtsschutz nicht bereits zu stark ist und durch Monopolisierung die gesamtgesellschaftliche Entwicklung hemmt und teilweise ja auch an den technischen Gegebenheiten vorbeigeht. Bestes Beispiel ist die Kopierschutzdebatte, in der mit den Digital-Rights-Management-Systemen völlig neue Mechanismen erdacht werden müssen. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob die Musik vielleicht ganz andere Regelungen braucht als die Bildende Kunst oder die Literatur. Denn viele der EU-Vorschriften gelten allgemein und nicht spartenspezifisch.

Kunst in Szene gesetzt

„What our village needs now is a biennial“ – so überschrieb Olav Westphalen 2000 einen Comic, der das Fernseh-

terview eines abgerissenen Stadtverordneten vor der brennenden Kulisse seiner Stadt zeigt. Die Biennale als Rettung aus der Not – fast möchte man daran glauben, denkt man an den Boom dieses Ausstellungsformats. Denn ursprünglich war die Biennale ein westeuropäisches Projekt, das sich zum Exportschlager entwickelte. Die Biennalen haben sich über die ganze Welt verbreitet – vor allem seit den 90er Jahren des letzten Jahrhunderts. Es gibt ortsunabhängige Biennalen wie die *manifesta* und die *Ars Baltica*, die jeweils an anderen Orten in der EU stattfinden. Daneben hat aber auch fast jedes EU-Land eine eigene, international agierende Biennale, manche sogar mehrere. Offensichtlich erweist sich das Label „Biennale“ als besonders nützlich, um Aufmerksamkeit bei örtlichen Behörden sowie lokalen und überregionalen Sponsoren zu erwecken. Also die ideale Grundlage für die Finanzierung großer internationaler Ausstellungsprojekte. Das Label „Biennale“ macht Gelder für die Präsentation zeitgenössischer Kunst locker und schafft einen Treffpunkt mit Werkstattcharakter für Künstler aus allen Teilen der Erde.

Auf der anderen Seite gibt es in fast allen Ländern auch große Ausstellungs-events mit hoher Publikumswirksamkeit, die von Festivals und großen Ausstellungshäusern organisiert werden. Diese Blockbuster-Ausstellungen sind auch für Sponsoren attraktiv und erreichen dadurch einen hohen Finanzierungsgrad.

Die kleineren Ausstellungshäuser, die in früheren Jahren auch immer wieder wichtige transnationale Ausstellungsprojekte realisiert haben, werden allerdings durch die seit Jahren schrumpfenden öffentlichen Etats in der Tat vor große Pro-

bleme gestellt. Für ihre Projekte ist wegen der geringeren Publikumsresonanz Sponsorengeld nicht so leicht zu akquirieren. Einen Ausweg bietet tatsächlich die Finanzierung über europäische und außereuropäische Kooperationen – allerdings nur, wenn auch finanzkräftige Förderagenturen tätig sind oder sie tatsächlich EU-Mittel akquirieren. Finanziell „lohnt“ es sich aber nicht, mit außereuropäischen Ländern zusammenzuarbeiten, hinter denen keine solchen Finanzen stehen. Da bleibt nur, die wenigen Mittel der Einzelnen in einer Kooperation möglichst synergetisch einzusetzen. Das funktioniert jedoch zwischen Partnern innerhalb wie außerhalb der EU gleich gut.

Ursula Zeller ist Kunsthistorikerin und Leiterin der Abteilung Kunst des Instituts für Auslandsbeziehungen. Von 1990 bis 1995 war sie stellvertretende Leiterin der Galerie der Stadt Stuttgart. Sie publizierte zahlreiche Veröffentlichungen zur zeitgenössischen Kunst und organisierte Symposien zum Thema Kunst und Kunstvermittlung in Mittel- und Osteuropa, Kunstaustauschprojekte und Biennalen.

MODE MACHT EUROPA Mode lebt von einem multikulturellen Nährboden. Sie veranschaulicht auf visuelle Weise, dass die europäische Kulturdynamik gerade nicht das Aufgeben oder Anpassen der nationalen Identität erfragt, um eine Einheit bilden zu können. – Ein elektronisches Expertengespräch über die Rolle der Mode in Europa und als kultureller Imagefaktor. *Von Ingrid Loschek und Sibylle Klose*



Klose: Gibt es eine europäische Designermode und spielen nationale Prägnungen eine Rolle?

Loschek: Das Modedesign ist heute – mehr denn je – von einer internationalen kreativen Szene geprägt. In den etablierten Pariser Modehäusern war und ist der kreative Stab international. Als berühmte Beispiele gelten der Gründer der Pariser Haute Couture, der Engländer Charles Frederick Worth, die Italienerin Elsa Schiaparelli oder der Spanier Cristobal Balenciaga, die den Ruhm der Pariser Mode mitbegründeten. Heute ist dies nicht anders: der Engländer John Galliano ist Creative Director des Hauses Dior, der Italiener Riccardo Tisci des Hauses Hubert de Givenchy, der Belgier Olivier Theyskens

des Hauses Nina Ricci, der Amerikaner Marc Jacobs designed die Mode des Luxuslabels Louis Vuitton, der Italiener Stefano Pilati entwirft das Prêt-à-porter des Hauses Yves Saint Laurent usw. Abgesehen davon ist der Engländer Alexander McQueen auf den Pariser Schauen integriert und wird durch die italienische Gucci Group finanziert. Bereits seit den 80er Jahren zeigen die japanischen Avantgardedesigner, wie Issey Miyake, Rei Kawakubo und Yohji Yamamoto, ihre Kreationen selbstverständlich in Paris. Valentino, Ikone der einstigen römischen Alta Moda, zeigt seit einigen Jahren sowohl seine Haute Couture, als auch sein Prêt-à-porter bei den Pariser Schauen, ebenso Prada ihre Zweitlinie Miu Miu sowie die Engländer Hussein Chalayan und Vivienne Westwood. Giorgio Armani präsentiert seine Alta Moda als Gast der Haute Couture in Paris. Auch die intellektuellen Antwerpener Modedesigner, obgleich in Belgien ansässig, nehmen offiziell an den Pariser Defilées teil.

Ebenso zeigen deutsche Jungdesigner wie Bernhard Willhelm, John Ribbe oder Newcomer wie C. Neon in Paris, während die Label Jil Sander und Strenesse Gabriele Strehle in Mailand bei den Schauen vertreten sind.

Die Auswahl wird einerseits durch die Pariser Modehäuser und Luxuskonzerne, andererseits durch die Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-porter des Couturiers et des Créateurs de Mode getroffen. Eine ähnlich national vielfältige Präsenz weisen weder die Londoner oder Mailänder, noch die New Yorker Fashion Week auf. Die starke internationale Präsenz an Designern besonders in Paris resultiert weniger aus einer multikulturellen Ambition, als aus dem Anspruch an eine hohe kreative und innovative Qualität der Designer, ungeachtet ihrer Herkunft.

Klose: Bewirken die multinationalen Designer, dass die Designermode in allen europäischen Ländern ähnlich aussieht?

Loschek: Diese internationale Zusammenarbeit auf der Ebene des Gestaltungsprozesses bedeutet noch lange nicht, dass der Modestil in den europäischen Großstädten und Ländern der gleiche ist; im Gegenteil. Designer und Designfirmen präsentieren dort ihre Mode, wo sie das Gefühl haben, dass ihre Designphilosophie und ihr Modestil am besten ankommen bzw. am besten passen. Mailand, Florenz, Rom gelten nach wie vor als Ort tragbarer, progressiver Eleganz (diesen Widerspruch beherrschen „nur“ die Italiener), Paris wird als Ort steter Avantgarde geschätzt, Antwerpen ist bekannt für höchst intellektuelles Modedesign, London gilt nach wie vor als ausgeflippter, unkonventioneller Ideengeber.

Deutschland bietet – aufgrund seiner zahlreichen mittleren Großstädte – ein differenziertes Modebild. Während der Süden von einem konservativen Schick geprägt ist, ist die Berliner Szene für Querdenken und Newcomerdesign bekannt und Düsseldorf ist durch die cpd, die weltgrößte Modemesse, stark wirtschaftlich orientiert. Gerade die europäische Mode repräsentiert die viel zitierte „Vielfalt in der Einheit“ nicht als hohle Phrase, sondern tatsächlich.

Klose: Sind im internationalen Modedesign noch Tendenzen einer kulturellen, soziologisch-ethnologisch gebundenen Mode – also lokale Signifikanten – bemerkbar?

Loschek: Ich denke, ja. Vivienne Westwood bezieht sich immer wieder

auf England und Schottland, sei es, dass sie sich von Gemälden britischer Maler oder von schottischen Tartans inspirieren lässt oder mit dem schottischen Stoffhersteller Harris Tweed zusammenarbeitet. Die Japaner sind Meister des Drapierens. Der deutsche Designer Bernhard Willhelm – er graduierte in Antwerpen und zeigt in Paris – greift gerne Landschaftsmotive und Sagen seiner süddeutschen Heimat als Stickereien auf. Eva Gronbach, ebenfalls aus Deutschland, machte sich einen Namen durch die Verwendung der deutschen Nationalfarben und des deutschen Adlers sowohl als Ornament, als auch als eigenes Logo.

Klose: Welchen Einfluss haben Designer bzw. Designfirmen in der stark kommerziell ausgerichteten Modebranche?

Loschek: Kleidung einschließlich Accessoires ist ein Produkt, das durch einen Gestaltungsprozess realisiert wird. Welche der Produkte akzeptiert und „Mode“ werden, legt allein „die“ Gesellschaft bzw. eine Gruppe der Gesellschaft, eine Sozietät, fest. Insofern unterliegt die semiotische Festlegung von „Mode“ einem kommunikativ verhandelten, sozialen Prozess, der in jeder Region unterschiedlich ist. Da Mode weit über das Gegenständliche des Produkts Kleidung hinaus geht, ist sie so vielfältig, vor allen Dingen durch die individuelle Art des Kombinierens. Anders ausgedrückt: Kleidung ist ein Produkt, Mode ist ein Konstrukt. Mode gibt der Kleidung einen sozialen Zweck über Funktion und Ästhetik hinaus. Der Kleidung werden Schein und Illusion hinzugefügt, die als Mehrwert oder Zusatznutzen, kurz als Mode definiert werden.

Klose: Kritiker sprechen von einem Zustand der Vermassung. Wie stark ist heute das Bild der europäischen Städte von Massenmode geprägt?

Loschek: Denkt man an so funktionelle, alle Gesellschaftsgruppen übergreifende Kleidung wie Jeans und T-Shirts, ist das Bild ziemlich einheitlich. Andererseits produziert und organisiert der globale Raum hybride Identitäten, flexible Hierarchien und eine Vielzahl von austauschbaren Verhältnissen. Gewiss, es gibt die Massenmode, aber auch sie ist vielschichtig, dank pluralistisch-liberaler Demokratien.

Gerade die europäische Mode repräsentiert die viel zitierte „Vielfalt in der Einheit“ nicht als hohle Phrase, sondern tatsächlich.

Klose: Die angesprochene flexible Verflachung von Hierarchien ist ein wichtiges Moment in der sich abzeichnenden Modeentwicklung. Bereiche, die modegeschichtlich eher elitär und segmentär geprägt waren, öffnen sich jetzt einem breiteren Markt.

Loschek: Das Bedürfnis nach Individualität, nach dem Eigenen, dem Besonderen lässt den Kunden, besonders jenen des Luxus-Genres, zum Designer seiner persönlichen Vorlieben wie auch seines Geschmacks werden. Mit Hilfe neuer Technologien wie Bodyscanning hat sich in den letzten Jahren die personalisierte, computergestützte, industrielle Maßkonfektion durchgesetzt (customizing). Aus einem angebotenen Styling-Menü (Passform, Details, Materialien, Futter, Verarbeitung etc.) wählt der Kunde unabhängig von Saison, Jahreszeit oder selbst Ladenöffnungszeiten (Online-Shop) aus, was ihm gefällt. Prosumer (producer – consumer) heißt das neue Kunstwort, das den zukünftigen Kunden nicht nur als Konsumenten, sondern auch als „Produktgestalter“ definiert. Auch im Accessoires-Bereich hält dieses Konzept erfolgreichen Einzug wie der „Shoe-Individualizer“ Selve aus München zeigt.

Das heißt aber nicht, dass es zu einer Verflachung der Luxusmarken kommt – im Gegenteil, der auf elitären Individualismus setzende Luxusmarkt verzeichnet steigende Wachstumsraten. Giorgio Armani Fatto a Mano Su Misura – das männliche Pendant zur italienischen Haute Couture Line Armani Privé – feiert beispielsweise gerade sein Marktdebüt. Dormeuil, traditioneller Stofflieferant hochqualitativer Herrenstoffe deckt die Nachfrage nach luxuriösem

Individualismus gleich mit drei personalisierten Kollektionslinien ab: Platinum, Identity und 3D. Ein innovatives, überregionales und damit internationales Konzept, das sich momentan sehr stark in der Herrenkonfektion durchsetzt, aber auch im Accessoiresbereich wie z.B. bei Schuhen.

Klose: Die Mode bewegt und dynamisiert sich durch ihre eigenen Amplituden von Anpassung und Abgrenzung. Deshalb die Frage: Gibt es eine gemeinsame europäische Modegeschichte, oder umgekehrt, wie sehr gab es nationale Differenzierungen in der Geschichte der Mode?

Loschek: Mode war immer „global“. Sich nach der Mode der international tonangebenden Gesellschaftsschicht zu kleiden, galt als höchste soziale Anerkennung. Mode war weniger national als sozial eingeschränkt. Führend in der Mode waren meist jene Länder, die auch die politische Dominanz in Europa hatten.

So kleidete sich der hohe Adel in der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts nach der spanischen Mode, um 1800 zur Zeit Napoleons nach dem französischen Empire, im 19. Jahrhundert erfasste die deutsche Biedermeiermode das aufstrebende europäische Bürgertum, der französische Cul de Paris der Gründerzeit setzte sich bis Japan durch und in den 50er Jahren eroberte Christian Dior New Look die Weltmetropolen. In der Vergangenheit jedoch hatten weitaus weniger Menschen als heute die Möglichkeit, sich nach der neuesten Mode zu kleiden. Dennoch war das Bild der Großstädte keinesfalls eintönig, im Gegenteil, denn es war sowohl durch modische Kleidung, als auch durch vielfältige Trachten und farbige Uniformen geprägt. Mit der Konfektionierung modischer Kleidung infolge verbesserter Schnittsysteme und der Nähmaschine in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts konnten sich immer mehr Menschen, zumindest in den Großstädten, Mode leisten. Dadurch begann sich das Erscheinungsbild der Menschen anzugleichen.

Klose: In jeder Metropole der Welt sieht man Luxusstores von Dior bis Armani. Ist die Luxusmode europäisch geprägt und weltweit präsent und wodurch entstand dieser Stellenwert?

Loschek: Wie so oft sind mehrere Gründe dafür ausschlaggebend, abgesehen von rein wirtschaftlichen Gründen. Zum einen entstanden in Paris die ersten Organisationen sowohl für Modeschauen und Modemessen, als auch zum Schutz der Kreationen der Modeschöpfer: 1868 das *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*, 1914 das *Syndicat de Defense de la Grande Couture Française*. Ähnliche Institutionen wurden später in anderen europäischen Ländern gegründet und ständig nach den aktuellen Anforderungen erweitert. Zum anderen konzentriert sich die modische Ausrichtung der Luxuskonzerne wie LVMH, Pinault Group, AEFPE auf Frankreich und Italien, da dort eine gewisse Selbstverständlichkeit im Umgang mit Luxus herrscht. Somit ist es in Frankreich und Italien auch Familienunternehmen wie Hermès, Gucci, Prada, Fendi, Missoni, Ferragamo, Etro oder einzelnen kreativen Persönlichkeiten wie Gabrielle Chanel und Giorgio Armani möglich gewesen, ein Imperium zu gründen und zu erhalten. Ein weiterer Grund ist, dass gerade in Europa – zumal in Frankreich – die Konzentration auf das Logo entstand. Wenngleich das Markenbewusstsein in den 80er Jahren in den USA am stärksten zelebriert wurde, so waren es größtenteils europäische Luxusmarken, denen die Bewunderung galt.

Klose: Ja, die historisch gewachsene Struktur der Luxusmode in Europa ist sehr von Italien und Frankreich geprägt. Trotzdem hat es gerade in den letzten Jahren starke Bewegungen nicht nur im Bereich der Luxusmode, sondern innerhalb der gesamten Segmentierungen der Modeindustrie gegeben. Die ursprünglich sehr stark vertikal strukturierte Mode (von der avantgardistischen Luxusmode bis hin zur modischen Massenkonfektionsware) zeigte verstärkt horizontale Tendenzen und Bewegungen: Die Fusion bzw. Diffusion von Stil, Produkt, Qualität, ja selbst vom Luxusbegriff, hat zur Verwischung der tradierten Grenzen geführt.

Loschek: Wie äußert sich das?

Klose: Namhafte Designer entwerfen limitierte Minikollektionen für Bekleidungskonzerne der Massenkonfektion (Karl Lagerfeld, Stella McCartney, Viktor & Rolf für den schwedischen Bekleidungshersteller Hennes & Mauritz, Roland Mourent für Gap, Christopher Kane für TopShop) oder Versandhäuser (Courrèges oder Christian Lacroix für La Redoute), während gleichzeitig die Massenkonfektion in die Designerriege aufsteigt: Top-Shop defilierte zusammen mit namhaften britischen Designern auf der London Fashion Week und präsentiert seine Kreationen mit eigenem Corner im Avantgarde-Lifestyle-Shop Colette in Paris. Selbst Sportmarken, vor Jahren im Bereich der Designer- und Luxusmode undenkbar, haben sich inzwischen den Laufsteg und damit das Designrampenlicht erobert. Und in internationalen, Trend angehenden Modemagazinen wirbt junge, preisgünstige Massenmode neben exklusiver, limitierter Designerauflage.

Trotz dieser vermehrt horizontalen Bewegungen hat die Europäische Markenmode immer noch einen hohen Stellenwert, besonders im außereuropäischen Ausland. Wie ist das zu erklären?

Loschek: Zum einen steht europäische Markenmode, wie im Falle der erwähnten französischen und italienischen, aber auch der englischen Luxusmarken wie Burberry oder der Schweizer Designcouture Akris, für Prestige, zum anderen steht sie, wie beispielsweise Boss, Escada oder Bogner oder Pringle of Scotland für hohe Qualität. Gerade Hugo Boss ist heute typisch für eine europäische Marke, da Konzernsitz und Führung in Deutschland sind, der Inhaber aber die italienische Marzotti Group ist.

Führend in der Mode waren meist jene Länder, die auch die politische Dominanz in Europa hatten.

Klose: Yves Saint Laurent, Hubert de Givenchy, Thierry Mugler, Kenzo Takada – Ikonen der europäischen Mode – haben sich aus ihren Modehäusern zurückgezogen, um einer jüngeren Generation von Designern den Weg zu ebneten. Diese Übernahme verläuft nicht immer glücklich und hat bereits zu hohen Fluktuationen in den Designstudios geführt. Einige europäische Modehäuser scheinen deshalb verstärkt auf das Markenprofil des Hauses zu setzen und weniger auf das Designprofil. Hat die Markenmode die Designermode jetzt abgelöst oder ist wieder ein umgekehrter Prozess im Gange? Was ist Markenmode eigentlich?

Loschek: Das Namensschild, das Logo oder Label, ist primär ein semiotisches und kein modisches Attribut. Es erzielt einen hohen Wiedererkennungswert, so dass das Produkt für sich selbst wirbt und weckt damit auch die Begehrlichkeit sowohl des Kaufens, als auch des Nachahmens. Logos und Embleme senden mit einem minimalen Aufwand ein Maximum an Botschaften zum Teil weltweit aus, wie aus dem militärischen Uniformwesen bekannt. In der Mode war bis in die 70er Jahre ein Namensschild, ein Etikett, prinzipiell innen versteckt, hinter dem Produkt zurückstehend. In den 80er Jahren begann man, es außen sichtbar anzubringen. Damit begann das Etikett das Produkt zu dominieren. Das Etikett als Authentizitätsmerkmal wurde zum Label oder Markenzeichen, das heißt zum Zeichen der Vermarktung und nicht des Desi-

gnis. Übertreibungen bis hin zur karikierenden Logomania blieben nicht aus. Von den meisten Modefirmen wurde in der Zwischenzeit erkannt, dass das Design noch vor oder zumindest gleichwertig zum Logo stehen muss. Die zu starke Konzentration auf das Markenzeichen hat aber individuellen Designern eine Chance gegeben, jene Kunden anzusprechen, die nicht „Werbefigur“ sein wollen. Aus diesem Grund haben jene individuelle Designermode und kleine Designfirmen ein gutes Nischendasein, die vor allem im jeweils eigenen Land oder zumindest in Europa produzieren.

Klose: Hinzu kommt, dass gerade das Logo als Authentizitätszeichen einen großen Einfluss auf das globale Erleben der Mode hat, die sich dadurch aus dem lokalen Marktkontext herauslöst. Das Logo wird Metapher für ein europäisches bis internationales Marken- bzw. Designgefühl mit grenzübergreifender Stilsprache und einer unmissverständlichen Dekodierung: wo immer ich mich auf der Welt bewege, drei weiße Streifen (Adidas) oder die Kombination der Buchstaben LV (Louis Vuitton) sind inzwischen nicht nur international dekodierbar, sondern transportieren ihre markeneigenen Modeinhalte, ihre „Lifestyle-Visionen“.

Loschek: In den letzten Jahrzehnten haben sich immer mehr Luxus- und Designermarken von local labels zu global players entwickelt, weltweit in Szene gesetzt durch eigene, imposante Flagshipstores. Diese Omnipräsenz auf dem internationalen Modemarkt hat allerdings auch dazu geführt, dass die Marken- bzw. Designermode nur noch selten mit ihrem Herkunftsland in Verbindung gebracht wurde. Das Bedürfnis nach Ursprung und Original hat daraufhin zu einer Labelkorrektur bzw. Labelerweiterung geführt, mit dem Ziel, die lokale Herkunft der Marke wieder hervorzuheben: Hermès Paris, Prada Milano, Burberry London, Donna Karan New York.

Klose: Abgesehen von Marke und Design, was hat Europa an Gemeinsamkeit in der Mode heute?

Loschek: Die Veränderungen der Zielgruppen – wie zum Beispiel der Hedonismus der Generation 50+ oder der Neokonservatismus des jungen Mittelstandes – sind in allen europäischen Ländern gegeben. Also muss und





wird die gesamte europäische Modebranche darauf reagieren. Auch ist es das Problem der gesamten europäischen Modebranche (mit wenigen nationalen bzw. lokalen Ausnahmen), dass die Herstellung in asiatische Länder vergeben wird. Die Probleme und Lösungen scheinen also nicht nur auf ein Land, sondern auf ganz Europa bezogen zu sein.

Klose: Sie hielten 2005 Gastvorlesungen an der Helwan University in Kairo. Welchen Stellenwert hat europäische Mode in einem zunehmend islamisch geprägten Land?

Loschek: Ich kann nur für Kairo sprechen. Dort geht die weibliche Jugend der Mittelschicht genauso in Jeans und Pullover wie in Europa, aber mit Kopftuch, das übrigens in sehr vielen modisch geprägten Arten drapiert wird. Die Modedesignstudentinnen sind fast ausschließlich an der europäischen Mode interessiert, kaufen westliche Modejournale und Trendkollektionsbücher. Sie wollen sowohl für den europäischen Markt entwerfen, als auch für den ägyptischen, der im privaten Bereich durchaus europäisch orientiert ist. Aber auch hier gilt, dass Design vorwiegend eine Produkterstellung der Metropole ist, in der Peripherie gibt es Design nur als Import.

Klose: Zur kulturellen Verständigung innerhalb und außerhalb Europas, welche Rolle spielen die Medien, können die Medien spielen?

Loschek: Theoretisch kommt dem Modejournalismus durch seine Beurteilung von Neuem eine große Verantwortung zu. Da jedoch Mode als „populäre“ Kultur angesehen wird, ist ein Fachwissen zu wenig vorhanden. Der britische Psychologe Edward de Bono erkannte, dass Menschen dazu neigen, nicht vertraute Situationen in vertraute Elemente zu zerlegen. Der Versuch, eine neue Mode zu erklären, erschöpft sich größtenteils in der Verwendung vertrauter Muster, weshalb häufig die Meinung von Retro-Looks entsteht. Es gilt auch im Modejournalismus Neues neu zu interpretieren. Wünschenswert ist nicht nur, Form und Material einzelner Kleider zu nennen,

sondern eine umfassende stilistische Kollektionsbeschreibung, eine ästhetische Interpretation, Vergleiche zu anderem Modedesign, zu Architektur und zu Kunst, Definitionen von Mode als Produktdesign und letztendlich eine Modekritik wie zum Beispiel bei Theater- und Opernaufführungen üblich.

Klose: Welchen Stellenwert haben europäische Modemagazine?

Loschek: Bei den etablierten Modemagazinen dominieren die englischen und französischen; die Modemagazine anderer europäischer Staaten sind stark von diesen Vorbildern geprägt, besonders was die eigentlichen Modethemen angeht. Der Einfluss englischer und französischer Magazine ist auch außerhalb Europas sehr stark, so dass von einem europäisch geprägten Modejournalismus gesprochen werden kann. „Wallpaper“ und „I-D“ aus England gelten nach wie vor als intellektuelle Avantgardemagazine. Neue deutsche Modejournale sind international geprägt und fast durchweg zweisprachig – deutsch und englisch. Aber ihre Auflagen sind bescheiden, ihr Erscheinen oft nur vierteljährlich. Zu den schon etablierten Newcomern „Achtung“ und „Deutsch“ kommen Magazine wie „WeAr“, „Hekmag“, „Zoo Magazine“, „ModeDепeche“, „berliner“ (ausschließlich in Englisch) und „Liebling“ (eine Zeitung); fast alle erscheinen in Berlin.

Loschek: Welche Möglichkeiten bietet das Internet für die Mode?

Klose: Damit wird ein sehr weites Feld angesprochen. Lassen Sie mich kurz auf das Internet als virtuelle Mo-
deplattform eingehen. Das Internet bie-

tet einen sekundenschnellen, interkulturellen Einblick in das Modeschaffen in den Metropolen und suggeriert ein vermeintliches Verstehen dessen, was gerade in, hip oder top ist. Was auch immer weltweit auf dem Laufsteg gezeigt wird, kurze Zeit später ist es global abrufbar. Doch was präsentiert wird, ist die Medienbühne der Mode, nicht die Mode selbst. Es ist eine flache Bildwirklichkeit mit scheinbarer Bildwahrheit, meist in Abwesenheit von Wortsprache. Der Bildschirm kann keinen sensuellen Zugang schaffen, die subtile Qualität des Designs, die haptisch-taktile Materialität, die Bewegung der Kleidung am Körper, der Tragekomfort, alles bleibt nur eine Ahnung. Das Internet ist ein globaler Bildinformationsträger der Mode, eine Form der Reproduktion, die das Original und das Erleben des Originals allerdings nicht ersetzen kann.

Lokal designed – global abrufbar – lokal „gelesen“ und interpretiert – der Ort hat sich verflüchtigt und ist ersetzt durch die eigene kulturelle Sichtweise. Das Internet als Wirtschaftsmultiplikator allerdings hat dem Modedesign neue Dimensionen eröffnet, besonders den jungen aufstrebenden Designern, die es als Präsentations- und Verkaufsplattform nutzen. Damit hat der E-Commerce seine ursprünglichen Zugangsbereiche verlassen, ist seinem Image als cheap common commerce entwachsen und hat sich als virtuelles Schaufenster für Luxus- und Designprodukte profiliert und etabliert. Yoox, im Jahr 2000 gegründet, wurde ein Scheitern vorausgesagt – heute ist es eine der erfolgreichsten virtuellen Verkaufsplattformen von Designer- und Luxusmodemarken im Internet. Inzwischen präsentieren sich auch Designhäuser mit eigenem, virtuellem Ladentisch auf den hauseigenen Websites, wie das italienische Label Marni oder der Pariser Avantgarde-Lifestyle-Shop Colette. Das bedeutet interkulturelles Einkaufen ohne Parkplatzsorgen. Das interaktive Schaufenster von Polo Ralph Lauren auf Madison Avenue in New York garantiert eine andere Art des 24-

Zum einen steht europäische Markenmode, wie im Falle der erwähnten französischen und italienischen, aber auch der englischen Luxusmarken wie Burberry oder der Schweizer Designcouture Akris, für Prestige. Zum anderen steht sie, wie beispielsweise Boss, Escada, Bogner oder Pringle of Scotland, für hohe Qualität.

stündigen Shopping-Erlebnisses: Was beim Vorüberspazieren gefällt, kann umgehend über das Berühren der interaktiven Glasoberfläche gekauft werden, selbst wenn das Geschäft geschlossen ist – Lieferung frei Haus am andern Tag.

Loschek: Und wie sehen Sie den Einfluss von Fernsehen, vor allem von Musiksendern wie MTV?

Klose: Das Fernsehen geht in seiner Wirkung noch weiter, es spielt und lebt uns Lifestyle und Kulturkreise vor und wird dadurch zum Katalysator von Moden, wie es einst Hollywood in seiner Goldenen Ära tat, die Fernsehserie „Dallas“ in den 80er Jahren oder „Sex in the City“ in den vergangenen Jahren. Es ist eine sehr eigene Form des Kulturerlebens bzw. der Kulturbegegnung: mal der US-amerikanische (American Hardcore – 2006, American Beauty – 1999), mal der chinesische Lifestyle (In the Mood for Love – 2000, Fleurs de Shanghai – 1998, Goodbye my Concubine – 1993 etc.) zu Gast in europäischen Wohnzimmern.

Zum visuellen Subkultur-Surfen lädt MTV oder auch VH1 ein, ob Rap, Hip-Hop, Elektro, die ausgestrahlten Musikvideoclips haben inzwischen die Wirkung von Modewerbespots mit Musikuntermalung. Und da wundert es auch nicht, dass MTV seit drei Jahren über eine eigene Modeplattform mit jährlicher Modenschau, „Designerama on stage“, verfügt. Nationale und internationale Jungdesigner können ihre extravaganten Designs online präsentie-

ren und vermarkten. Gleichzeitig dient dieser Avantgardeshowroom als Outfit-Archiv für die Auftritte der hauseigenen Moderatoren. Die Designunikate aus der MTV-Designerama-Kollektion sind inzwischen zu begehrten Sammelobjekten geworden.

Dass die Verbindung von Musik, Look und Mode eine enorme kulturelle Durchsetzungskraft haben kann, haben bereits die Beatles in den 60er Jahren bewiesen.

Loschek: Sowohl Popmusik und Mode, als auch Sport und Mode vermitteln ein sehr globales Bild. Popmusik und Sport haben in der amerikanischen Modekultur und somit auch im amerikanischen Design einen hohen Stellenwert, wie sieht es in Europa aus? Ist nicht Adidas ein gutes Beispiel dafür?

Klose: Der deutsche Sportmodehersteller Adidas zeigt, dass das Konzept international erfolgreicher Mode in interkulturellen Designsynergien liegt. Die in Mittelfranken (Herzogenaurach) ansässige, internationale Sportmodemarke kooperiert global mit Designern. Im Oktober 2002 begann die Zusammenarbeit mit dem japanischen Modedesigner Yohji Yamamoto für die Kollektion Adidas Y-3, die bei den Prêt-à-Porter-Schauen in Paris präsentiert wird. Zusammen mit der britischen Modedesignerin Stella McCartney wird Designsportmode für Laufen, Fitness und Schwimmen entwickelt. Die Kooperation mit der amerikanischen Sängerin Missy Elliot, erster weiblicher Superstar der US-HipHop-Szene, hat sich währenddessen auf unterschiedliche Kollektionslinien von urbaner Sportkleidung über Streetwear-Style bis hin zu moderner Hip-Hop-Mode ausgeweitet.

Loschek: Das Schaufenster der europäischen Mode ist der Einzelhandel. Was allerdings im internationalen Rampenlicht präsentiert worden ist, ist nicht unbedingt in den Auslagen wieder zu finden. Wie ist das zu erklären?

Klose: Der Einzelhandel „repräsentiert“ seine selektierte Modeauswahl dem Endverbraucher und wird dadurch unweigerlich zum „wirtschaftlichen“ Kurator der Mode – eine Rolle, die nicht zu unterschätzen ist, ähnlich wie die der Modejournalisten. Auch die für den internationalen Markt hergestellte Mode unterliegt immer noch stark der lokalen und kulturellen Selektion durch die Einkäufer. Der Handel „filtert“ und der Kunde setzt gleich: was im Laden hängt, ist unweigerlich Mode, was nicht im Laden hängt, kann deshalb auch keine Mode sein oder existiert nicht.

Die gängigen Strategien des Modemarketings unterstützen diese lokale Polarisierung der Mode und verengen dadurch die Möglichkeiten einer breiteren, kulturellen Diffusion. Denn dort, wo das mondäne, kosmopolitische Klientel angesiedelt ist, haben auch die Flagshipstores und Franchising-Niederlassungen der internationalen Designer- und Modemarken zu sein, und so drängeln sie sich auf den einschlägigen Einkaufsstraßen der internationalen Metropolen. Dass es auch anders geht, hat die Engländerin Rita Britton mit ihrer Avantgardeboutique „Pollyanna“ in Barnsley, einer eher unbekannteren wie unscheinbaren Industriekleinstadt in South Yorkshire in Mittelfrankland bewiesen. International renommiert für ihre Auswahl an Mode und Modedesign, repräsentiert sie auf über 500 Quadratmetern nicht nur ausgewählte Kollektionen weltbekannterer, etablierter Designer, sondern auch junge neue Avantgarde wie Paul Harnden oder das italienische Label Carpe Diem. Seit fast vier Jahrzehnten zählt sie nicht nur zu den führenden, sondern auch zu den ältesten unabhängigen Modegeschäften weltweit und ist bekannt für ihren internationalen Kundenkreis, der eben nicht nach London, Paris oder Mailand reist, um internationale Mode zu kaufen, sondern nach Barnsley. Ein anderes, neues Verkaufskonzept ist das der flexiblen, mobilen Verkaufsfläche, die entweder internationalen Kulturereignissen wie Kunsthappenings oder Avantgardemusikfestivals folgt oder kurzfristig in städtischen Szene- oder Trendvierteln auftaucht.

Das vom japanischen Designerlabel Comme des Garçons erstmals in Berlin präsentierte Konzept des „Guerilla-Stores“ setzt auf Unberechenbarkeit – Mode als revolutionäre, urbane Untergrundbewegung mit taktischer Flexibilität und dem Einsatz von Überraschungseffekten. Damit bekommt Exklusivität eine neue Definition. Abhängig von Mundpropaganda muss die Avantgardemode schnell „entdeckt“ werden, bevor sie wieder „verschwindet“. Das italienische Modehaus Prada (Improbable Classics) platziert sich etwa mit einer temporären 10-Tage-Boutique-Installation auf der renommierten Kunstmesse Art Basel, der größten Messe für zeitgenössische Kunst mit einer eigens zusammengestellten Kollektion, limitiert durch das Modeetikett Basel 2006.

Mit diesem innovativen Konzept der mobilen Designerboutique als Kunstinstallation stellt sich die Modemarketingfrage nach dem optimalen Standort auf ganz neue Art.

Loschek: 1981 war es ein Muss für japanische Designer nach Paris zu gehen, um sich einen Namen zu machen, heute ist es umgekehrt. Dennoch ist Paris – mehr denn je – das Zentrum für die kreative Avantgardemode. Wie schwierig ist es für junge Designer, auf dem europäischen Markt Fuß zu fassen?

Klose: Als Schlusspunkt im fast einmonatigen internationalen Modenschauarathon hat Paris tatsächlich einen besonderen Stellenwert! Hier werden die endgültigen Bestellungen der weltweit angereisten Einkäufer getroffen, hier wird entschieden, welche Kollektionen favorisiert und welche von

den Modejournalisten als Flops der Saison betitelt werden.

Das Gedrängel auf einen Modenschaulistenplatz ist groß und fast nicht mehr zu bewältigen. „Paris ist das Opfer seines Erfolges!“, konstatiert Didier Grumbach, Präsident der französischen Fédération de la Couture du Prêt-à-Porter: 84 Modenschauen in nur acht Tagen – ein Modeparcours, der eigentlich nicht mehr zu bewältigen ist. Für junge, aufsteigende Designer, die nicht auf dem offiziellen Modeterminkalender verzeichnet sind, ist es sehr schwierig, während dieser Zeit internationale Beachtung zu finden. Es gibt bereits die ersten Überlegungen, jungen europäischen wie auch außereuropäischen Nachwuchsdesignern eine Präsentationsplattform während der zweimal jährlich stattfindenden Haute-Couture-Schauen zur Verfügung zu stellen. Im Januar 2007 wurden erstmals junge europäische Kreative eingeladen, die sich bereits durch ihre kreativen Unikatskollektionen oder limitierten Kleinserien einen internationalen Namen gemacht haben, wie beispielsweise Boudicca (England), Cathy Pill (Belgien) oder Felipe Oliveira Baptista (Portugal).

Um auf den zweiten Teil Ihrer Frage zu kommen: Gerade der japanische Markt ist ein hoher Wirtschaftsfaktor, wenn es um die Umsatzzahlen europäischer Jungdesigner im außereuropäischen Ausland geht. Die Lust und der Mut der Japaner zum „Fun Fashion“ spiegelt eine große Offenheit für die Avantgardemode aus Europa wider. Allerdings wirkt die wirtschaftliche Designbegeisterung für europäische Mode in Japan nicht unbedingt zurück ins Ursprungsland: ein medialer Bekanntheitsgrad in Japan lässt keinen Rückschluss darauf zu, demnächst auch als Newcomer-Star die europäische Modeszene erobern zu können – noch nicht.

Loschek: Aber an Präsentationsmöglichkeiten scheint es der Internationalen Mode nicht zu fehlen. Es gibt heute weltweit bereits an die 40 nennenswerte Fashion Weeks, jedes Jahr kommen einige dazu. Sollten junge

Designer dann nicht auf andere Modestädte bzw. Modewochen ausweichen? Könnten die „Fashion Weeks“ die Pariser Defilés nicht sogar entlasten oder in die Schranken weisen?

Klose: Die Mode kennt keine nationalen Grenzen, und viele Modedesigner zeigen ihre Kollektionen nicht dort, wo sie entstehen. Es spricht nichts gegen ein Ausweichen, solange die Jungdesigner den Zeitrahmen von Präsentation – Bestellung – Produktion – Auslieferung einhalten können. Je später die „Fashion Weeks“ liegen, desto schwieriger wird diese organisatorische Zeitplanung.

Der inzwischen fast inflationäre Boom von „Fashion Weeks“ zeigt, wie sehr die Mode eine öffentlich-kulturelle Plattform bzw. das mediale Scheinwerferlicht sucht. Zur Aufgabe dieser Fashion Weeks, sei es in Indien, Buenos Aires oder Australien, gehört es, die nationalen Jungdesigner und damit die nationale Mode- und Textilherstellung zu fördern und ins weltweite Blickfeld zu rücken. Bis auf einige Ausnahmen sind die meisten dieser Modewochen staatlich gefördert und vertreten damit auch die wirtschaftlichen wie kulturellen Landesinteressen.

Internationale Modefachmessen, wie beispielsweise die Berliner Avantgardemodemesse Bread & Butter, die in diesem Jahr ihren Ausstellungsschwerpunkt definitiv von Berlin nach Barcelona verlegt hat, arbeiten mit überregionalen Modeausstellungskonzepten und sind daher sowohl in Berlin wie auch in Barcelona vertreten, sie erhalten sich damit eine hohe, internationale Flexibilität, so auch die Ispo München (Internationale Sportfachmesse), die Ispo Chi-

na (Nanjing) oder die Pariser Stoffmesse Première Vision als Première Vision International Shanghai. Die Dessous China und Fashion China (Shanghai) werden von der IGEDO Düsseldorf organisiert und ausgerichtet.

Loschek: Das führt mich zurück auf den asiatischen Markt. Frau Klose, Sie haben sowohl in London, Paris als auch in Shanghai Modedesign gelehrt. Welchen Stellenwert hat die europäische Mode in der asiatischen Welt?

Klose: Die europäische Mode hat einen sehr hohen Stellenwert, besonders im Luxussegment der Mode. Wirtschaftsprognosen sehen China in den nächsten zehn Jahren zur zweitgrößten Luxusnation hinter Japan aufsteigen und damit die USA auf den dritten Rang verweisen.

Mit einem eurozentrischen Verständnis von Luxus sprechen wir von einem Prozess des wirtschaftlichen Wachstums, vom Angleichen des Lebensstandards. Aber es geht auch um das Angleichen von kulturellen Konnotationen und damit um eine interkulturelle Annäherung:

Luxus, ursprünglich geprägt vom historisch-imperialistischen Verständnis, hat eine markante Zäsur während der Kulturrevolution erfahren: traditionell als negative Assoziation angesehen, wird sie gleichgesetzt mit Irritation und Unruhe, Luxus als Kontrahent zu Genügsamkeit und Einfachheit. Gebühren sollte er den Älteren als Zeichen des Respekts. Das Bild heute hat sich in das exakte Gegenteil umgedreht: Luxus ist produktorientiert und wird mit Konsum gleichgesetzt. Nicht die Älteren haben ihn als Vorrecht, sondern die junge, verwöhnte Generation der Einzelkinder. Wir sehen das schnelle technische Wachstum, die rasende Geschwindigkeit, mit der sich die asiatische Modeindustrie entwickelt. Auf was weniger geachtet wird, ist das kulturelle Verständnis dessen, was in China wirtschaftlich passiert.

Loschek: Wie sind die Chancen für junge chinesische Avantgardedesigner auf dem eigenen Markt?

Klose: Der chinesische Markt ist sehr westlich orientiert, das Vertrauen in europäische Produkte scheint grö-

ßer zu sein als in eigene. Leider führt das dazu, dass die eigene Kreativ- und Designszene kaum wahrgenommen wird, es sei denn, sie wird medienwirksam in Szene gesetzt, so wie es der Designer Kun Lu zu tun weiß. Yiyang Wang mit den beiden Kollektionen Zuczug und Changang bleibt unauffällig, wird aber als Insidertip gehandelt.

Loschek: Und umgekehrt, wie sind die Chancen für westliches Modedesign auf dem asiatischen Markt?

Klose: Das westliche Modedesign, besonders das der französischen und italienischen Luxusmarken, ist in der asiatischen Konsumwelt sehr gefragt, allerdings mit modifizierter Passform aufgrund unterschiedlicher Körperproportionen. Das Haus Givenchy verfügte über ein zweites, „asiatisches“ Schnittatelier (Givenchy Boutique) in Paris, andere Häuser kooperieren mit in Asien ansässigen Lizenznehmern (Givenchy Japan, Dior Japan).

In den letzten Jahren ist der chinesische Markt stark ins wirtschaftliche Interesse gerückt – die Nachfrage allerdings nach standardisierten Körpermaßen und Größennormierungen bleibt unbeantwortet, da nicht vorhanden. Vor wenigen Monaten hat nun das China National Institute of Standardization (CNIS) in Kooperation mit Lectra begonnen, den chinesischen Konsumenten in mehr als zehn verschiedenen Provinzen digital zu Leibe zu rücken. Die mit Hilfe des 3D-BodyScan ermittelten, durchschnittlichen Standardwerte der chinesischen Körperproportionen (je nach Altersgruppen) sollen zur landesweiten Angleichung von Größensätzen in der Bekleidungsindustrie führen. Selbst die Auto- und Möbelindustrie hat bereits um die Statistiken angefragt.

Loschek: Markenrechte – Produktpiraterie – Urheberschutz von Modedesign sind aktuell heikle Themen, was meinen Sie dazu?

Klose: Eines der größten Hindernisse auf dem Weg zum kulturellen wie wirtschaftlichen Austausch zwischen Europa und der chinesischen Handelsnation ist der mangelnde Rechtsschutz von Marken, Design und Patenten, beziehungsweise der explizierte Verstoß gegen das Urhebergesetz. Anfang des Jahres ging die triumphale Meldung durch die Schlagzeilen, dass erstmals die europäischen Modehäuser Burberry, Chanel, Gucci, Prada und Louis Vuitton ein gemeinsames Prozessverfahren gegen Produktfälschungen am Zivilgericht im Peking gewonnen haben. Damit wurde erstmals erfolgreich gegen die Produktpiraterie vorgegangen. Sie ist inzwischen zu den dringlichsten Angelegenheiten geworden, nicht nur auf Europaebene (Euralex - Brüssel), sondern auch auf internationaler. Die Modeverbände Italiens, Frankreichs und der USA arbeiten an einem neuen Gesetzesvorschlag zum Urheberschutz von Modedesign und Modedesignmodellen, der dem US-Kongress vorgelegt werden soll. Auch und besonders wird von der chinesischen Regierung ein Entgegenkommen erwartet, da das chinesische Rechtssystem immer noch sehr lückenhaft ist. Didier Grumbach, Präsident der französischen Fédération de la Couture du Prêt-à-Porter, vertritt an dieser Stelle einen sehr deutlichen Standpunkt: „Solange nicht klare juristische Richtlinien vorliegen, kann ich keinem europäischen Designer raten, sich auf den chinesischen Markt vorzuwagen!“

Loschek: Gibt es Chancen für chinesische Designer auf dem europäischen Markt?

Klose: Die asiatische Mode ist bereits gut durch japanische oder auch südkoreanische Designerkollektionen in Paris vertreten. Anfang Oktober 2006 hat erstmals in der Geschichte der Pariser Modenschauen ein chinesischer Designer (Frankie Xie aus Peking) seine Kollektion Jefen im Rahmen der offiziellen Prêt-à-Porter-Modenschauen in Paris vorgestellt. Der in Hangzhou und später am Bunka College Tokio ausgebildete Modedesigner hat vor sechs Jahren seine Designerkollektion in Peking be-

gonnen und präsentiert seitdem auf der dortigen „Fashion Week“. Die Kollektion ist erfolgreich mit etwa zwanzig eigenen Boutiquen auf dem chinesischen Markt vertreten. Für März 2007 haben sich bereits weitere chinesische Designer für den Pariser Laufsteg angekündigt; Ekseption aus der Provinz Kanton präsentiert bereits auf der Fashion Week in Shanghai.

Loschek: Welches Fazit ziehen Sie?

Klose: Es sind jetzt verschiedenste Aspekte wie auch Faktoren benannt oder kurz angerissen worden, die die Vielfältigkeit und Vielschichtigkeit der Mode sowohl als europäisches Kulturgut wie auch als internationalen Industrie- und Handelssektor widerspiegeln.

Frau Loschek, was ist aus Ihrer Sichtweise notwendig, um den kulturellen Austausch und Dialog in den Mittelpunkt zu rücken?

Loschek: Um Mode sowohl als Kulturgut, als auch als Designprodukt ins Bewusstsein zu bringen, ist es zwingend notwendig, außergewöhnliches Modedesign sowohl in Museen für Kulturgeschichte, als auch in Designmuseen zu integrieren. Damit bekommt die kreative Mode die Möglichkeit, sich vom reinen Kommerz und der im Nahen und Fernen Osten hergestellten Massenmode zu entkoppeln und sich in ihrem ästhetisch und konzeptionell stark europäisch orientierten Design zu präsentieren. Darüber hinaus müssen Modeausstellungen in der gleichen Vielfalt wie Kunstaussstellungen in Europa kuratiert und weltweit gezeigt werden. Nur wenige Museen, zum Beispiel das Musée des Arts Décoratifs in Paris, das Victoria and Albert Museum in London,

das ModeMuseum in Antwerpen oder das Groningen Museum (NL) sammeln und stellen Designermode regelmäßig aus. Abgesehen davon bringen Modeausstellungen den hohen konzeptionellen, künstlerischen und handwerklichen Stellenwert von Mode einem breiteren Publikum näher, als dies durch elitäre Modenschauen der Fall ist.

Klose: Ich kann Ihnen da nur beipflichten. Die Notwendigkeit dieser Forderung zeigt bereits erste akademische Ansätze, die es weiter auszubauen gilt: Seit gut einem Jahr hat die University of Arts London das Kuratieren von Mode in ihr Masterprogrammangebot aufgenommen (M.A. Fashion Curating). Andere europäische Universitäten bzw. Hochschulen weiten das Studienangebot Curating auf die Bereiche modernes Design bzw. moderne Kunst aus und arbeiten an neuen Vermittlungsformen wie beispielsweise virtuellen Foren.

Gerade auf akademischer Ebene sind innovative Ideen für einen erweiterten inter- und transkulturellen Austausch gefragt – erste Ansätze zeigen sich bereits in länderübergreifenden E-Learning-Programmen. Die staatlichen Ausbildungssysteme für Mode sind häufig an ihre landeseigenen Statuten gebunden und stehen z.B. in Sachen Lehrprogrammänderungen der Flexibilität privater Ausbildungssysteme nach. Eine Hemmung, deren Lockerung wünschenswert ist.

Ingrid Loschek ist Professorin für Modegeschichte und Modetheorie an der Hochschule für Gestaltung in Pforzheim, außerdem Autorin zahlreicher Modefachbücher in München. **Sibylle Klose M.A. Fashion (CSM)** ist diplomierte Designerin und Professorin für Mode an der Hochschule für Gestaltung in Pforzheim; sie lebt und arbeitet als freiberufliche Modedesignerin in Paris.

MODEWELT –WELTMODE Große Mode hat europäische Namen, doch wie europäisch ist diese Mode noch? Im Zeitalter transnationaler Konzerne werden große Teile der Wertschöpfungskette in Billiglohnländer mit fragwürdigen Sozialstandards verlagert. Mit seiner Mode verkauft Europa nicht nur Kleidung, sondern einen Lifestyle mit hohem Imagefaktor. Doch zu welchem Preis?
Von Daniel Devoucoux



Wer sagt, dass Mode weltfremd ist? Mit gedeckter Farbe und strengen Linien spiegelt sie das Weltgeschehen auf dem Laufsteg wider und „weckt Sehnsucht nach Sicherheit und Ordnung“. „Wer Zeitungen liest“, sagt Karl Lagerfeld, „dem fällt nichts in Rosa ein.“¹ In Deutschland sorgte hingegen das Phänomen Anastacia für gute Laune.² Der Popstar aus Los Angeles sollte die neue Modelinie „Anastacia by S.Oliver“ präsentieren. Das Konzept, unbekannte Modemarken wie S.Oliver aus Rottendorf bei Würzburg mit berühmten Stars zu verbinden, kommt aus Amerika. Ausgehend von den Modebühnen oder der Straße überschwemmen in jeder Saison ganze Bildwellen unsere Alltagswelt. Und im Herbst 2006 zeigt Deutschland Flag-

ge. Wolfgang Joop eröffnet die Pariser Defilees mit seiner Biedermeier-Punk-Kollektion „Wunderkind“ – deutsche Mode wird zum Trend.

Identität und Konsum

Ein Modestück ist heute ein Alltagsgegenstand, und spätestens vor dem Spiegel müssen wir dazu Stellung beziehen. Es geht nämlich darum, wie wir uns selbst betrachten und wie wir uns vor der Welt präsentieren wollen. Mode ist ein Bild von uns, ein dynamisches Bild unseres Körpers. Mode existiert, um gesehen zu werden – dies ist sozusagen ihre Hauptrolle – und braucht daher ein Publikum.

Ein Modestück ist heute vor allem ein Konsumgut wie jeder andere Gegenstand, genauer betrachtet aber weit mehr, weil es unmittelbar und permanent mit dem Körper verbunden ist. Beide werden symbiotisch wahrgenommen. Nicht die Kleidung ist modisch, sondern die Person. Mode kann aber ebenso einen Abstand markieren: Abstand vom Umfeld, von den Anderen oder von sich selbst. Die Beziehung zur Mode ist ein langfristiger Prozess und beginnt in der Kindheit. Das Interesse für ein Kleidungsstück fängt nicht erst mit dem Tragen an. Schon beim Einkauf entwickelt sich eine erste Beziehung zur Mode. Lustgefühle werden in

Luxusgeschäften und Warenhäusern wie auf dem Flohmarkt oder in Secondhand-Geschäften geweckt. Das Einkaufen alter Modestücke wird oft sogar zum erinnerungsprägenden Erlebnis.

Unser Modeverhalten bringt uns in Erinnerung, wie sehr heute der Konsum die Kultur prägt. Die Mode gilt als einer der wichtigsten Konsumparameter. Ob Modekonsum zuerst Mode, dann erst Konsum ist oder umgekehrt oder beides zugleich, bleibt offen. Jedenfalls geht das nach dem Krieg verbreitete Wort Konsum auf das lateinische „consumere“ zurück, das „verbrauchen“ im Sinne von „gebrauchen“ meint, und andererseits birgt es auch den Sinn von „consumare“, was „vervollkommen“ oder „vollbringen“ bedeutet. Eine zwiespältige Sache also. Der Begriff Mode stammt von „modus“ und ist älter. Noch um 1690 meinte „Mode“ zunächst nicht Kleidermode, sondern eine Sitte, eine Lebensart oder eine bestimmte Art, Dinge anzufertigen.³ In den folgenden Jahren vollzog sich ein Wandel, in dem der Begriff sich zur Kleidermode hin verfestigt, allerdings ohne ihr ein Monopol einzuräumen. Dies bedeutet aber nicht, dass „Mode“ zuvor nicht existierte. Für die meisten Historiker taucht sie mit der Schneiderkunst und der Schnitttechnik als technologischem Grundprinzip im europäischen Hochmittelalter auf. Mode besitzt eine historische Dimension und einen geografischen Hintergrund. Sie ist als Kleidungsphänomen eine europäische Erfindung, die sich aus einer progressiven Veränderung des Blicks entwickelt hat.

Dieser Wandel hat sowohl mit den immer komplexeren Großstadtstrukturen und der wirtschaftlichen wie technischen Entwicklung als auch mit der sozialen

und kulturellen Ordnung der globalen Gesellschaft zu tun. Die markantesten Spuren hat sie im Bereich des Medialen hinterlassen, so dass eine Geschichte der Mode zugleich auch Mediengeschichte schreibt.

Mode stellte heute für die Kulturanthropologen eine Körpertechnologie dar, für die Designer ein kreativ-künstlerisches Verfahren, eine Weltanschauung und ein Geschäft, für die Soziologen einen sozialen Prozess, für die Industrie einen Produktionsvorgang, für den Handel ein Netzwerk finanziell lukrativen Austauschs, für Kinoregisseure ein filmisches Mittel, für die Medien ein Event – und für kriminelle Organisationen eine nicht zu unterschätzende Parallelwirtschaft und effiziente Geldwaschanlage. Die Mode besitzt also viele Leben, je nach Perspektive verändert sich ihre Wahrnehmung. Nicht nur Stylisten, Laufstege, Models, Frisuren, Kosmetiker, Photographen, Agenturen oder „Petites Mains“ machen Mode, sondern Trendbüros, Medienwelten oder große Handelsketten. Mit der Mode verändern, ja verwandeln wir uns. Jeder kennt die Szene aus „Pretty Women“, als Vivian Ward (Julia Roberts) nach ihrem Misserfolg beim Modebummel am Tag zuvor nun mit ihrem Prinzen Edward Lewis (Richard Gere) und einer soliden Kreditkarte sich in einer feinen Boutique des Hollywood-Boulevards einkleiden lässt. Dies stellt die erste Stufe ihrer Verwandlung von der Trash-Prostituierten zu einem Musterbeispiel des Modekonservatismus dar. Daher wird die Mode auch von den einen als Maske-

Mode besitzt eine historische Dimension und einen geografischen Hintergrund. Sie ist als Kleidungsphänomen eine europäische Erfindung, die sich aus einer progressiven Veränderung des Blicks entwickelt hat.

rade betrachtet. Für andere stellt sie ein Medium dar und wie alle Medien ist sie konstitutives und dynamisches Element der Kultur, das erst dazu beiträgt, sie zu konstruieren.

Der soziale Mensch ist ein bekleideter Mensch. Die Lust und der Anspruch, den Körper zu gestalten sind ein Schlüssel zur Erfindung und Produktion des Sozialen. Dabei dient Mode als subtiler Verhandlungsraum wirtschaftspolitischer, moralisch-religiöser, sexueller, ethischer, soziokultureller, alters- oder genderspezifischer Natur. Von allen wird die Mode als Kommunikationsmittel betrachtet und Kommunikation besteht zu 80 Prozent aus nonverbalen Elementen. Abgesehen davon besitzt Mode, je nach Kontext und Situation, eine narrative Aussagekraft, die eng an den Träger oder die Trägerin sowie an ihr kulturelles Umfeld gebunden ist. Unter Mode ist alles zu verstehen, was mit dem Aussehen und Erscheinungsbild einer Person zu tun hat: Kleidungsstücke, Fuß- und Kopfbedeckungen, Kosmetik, Bart, Haare und Frisuren, Accessoires, Schmuck, darüber hinaus Körperhaltung und Körpersprache. Man spricht hier von Lebensstil, ja von Lebensgefühl und Lebenswelt. Weniger wichtig als das Image ist also der Gebrauchswert bei Mode – wenngleich Bequemlichkeit, Verarbeitung und Preis eine Rolle spielen. Auch die Position der Betrachter ist nicht neutral. In diesem kommunikativen Schema spielen auch Nähe und Distanz, Bewegungen oder Körperbau- und Körpersprache eine Rolle. Im Gegensatz zu früheren Epochen aber ist heute das westliche Individuum allein zuständig für die Verwaltung seiner Looks, seiner (Selbst)Bilder und seiner Lebensweise.

Stempel der Modernität

Die heutige Mode ist – zumindest in Europa und Nordamerika – eine neuartige Verbindung mit der Technologie eingegangen, die zum wichtigsten europäischen Standortvorteil geworden ist. Aus dieser Verbindung entsteht zugleich eine visuelle Kultur, die neue Sichtweisen bis in den Modebereich hinein erzeugt.

Lange wurde Mode ausschließlich mit den Modedesignern in Verbindung gebracht. Zwar steht die Designermode noch im Mittelpunkt der Modediskurse, schon allein wegen ihres hohen Repräsentationswertes, doch sie hat ihr Monopol verloren. Die verschiedenen Modetendenzen und Trends sind zu hybriden Formen verwachsen und entstammen unterschiedlichen soziokulturellen Räumen. Der große Unterschied liegt darin, dass die Designer- und Stylistenmode heute noch handgefertigte Unikate kreiert, während andere Modestile auf die serielle Produktion angewiesen sind, was allerdings nichts über die Originalität besagt.

Designermode ist zum Stempel der Modernität geworden. Abgesehen davon wurde die westliche Mode selbst während ihrer ganzen Geschichte von Elementen des Fremden durchdrungen, wie bereits im Mittelalter durch den Import erlesener Stoffe (wie Damast und Seide) oder Elementen für Farben (wie Henna, Indigo oder Safran). Die europäische Dimension des Phänomens Mode ist also von vornherein relativ.

Die heutige Vernetzung auf lokaler und globaler Ebene stellt kein neuartiges Phänomen dar, sondern schreibt geschichtliche Prozesse fort. Der Textilhandel geht bis in die Antike zurück und

erzeugte kulturell bedeutsame Kommunikationswege wie etwa die berühmte Seidenstraße.

Neu ist die Form der Beziehung zwischen lokal und global unter der alleinigen Herrschaft des Markts. Dabei wäre es eine völlige Fehlannahme zu glauben, dass asiatische oder afrikanische Kulturen und ihre eigenen textilen Traditionen sich mit dem westlichen Kleidungs muster auch die Werte des Westens aneignen. Viel eher trifft zu, dass die Kleidungsstile in die lokale soziokulturelle Matrix eingebettet, umgeformt und umgedeutet werden. Nicht nur in Indien wird „Kleidungsverhalten zu einer Arena, in der sowohl individuelle als auch kulturelle Modernisierungskonflikte ausgetragen und verhandelt werden. Und dabei wird die westliche Mode mit neuen Bedeutungen versehen. Traditionelle Kleidungsformen und westliche Mode werden als Optionen – nicht als Alternative – gehandelt“.⁴

Südafrikanische Kulturforscher sind davon überzeugt, „dass die kulturellen Traditionen in den einzelnen Ländern (Afrikas) so tief verwurzelt und so beständig sind, dass diese Eigenarten überdauern werden und die kulturelle Vielfalt im Bereich der Mode auch weiterhin zu fantasievollen Kreationen“ inspirieren wird.⁵

Designermode findet man heute nicht nur in Paris, Mailand, London, New York oder Tokyo, sondern auch in Moskau, Hongkong, Mumbai, La Paz, Thessaloniki, Warschau oder Dakar. Historisch betrachtet bildet die Mode in Europa und Amerika den dynamischen Kern der Modernitätsvorstellungen. So kann die Globalisierung der Mode als räumlich-territoriale Technik wie als Instrument der Stratifizierung verstanden werden.

Und Mode beinhaltet ein Spiel sowohl mit den Materialien als auch mit ihren kulturellen Bedeutungen, wie es der Modedesigner Wolfgang Joop bei der Vorführung seiner Frühlingssammlung 2007 zeigte, bei der er Parka-Jacken mit den Blumendessins biedermeierlicher Sofabezüge kombinierte. Gerade die kulturelle Umdeutung eines Kleidungsstücks ist ein kreativer Akt.

Technotextilien als neuer Standortvorteil der Industriestaaten

Der Imagewandel rührt heute vor allem von den neuen Materialien, von Mikrofasern und Hightechtextilien her. In dieser Nische ist die deutsche und westeuropäische Textilindustrie seit einigen Jahrzehnten besonders erfolgreich. Sie verspricht sich davon einen neuen Aufschwung und eine langfristige Sicherung des europäischen Textilstandorts. Mehrere Eigenschaften machen diese Textilien besonders attraktiv: Sortenvielfalt, Funktionalität, Flexibilität, Interaktivität, Produktivität und Widerstandsfähigkeit. Die Faszination der Nanowelt gilt ebenso für Technotextilien. Die Marketingstrategien setzen dabei auf die Faszination und Aura technischer wie naturwissenschaftlicher Bilder, die als neuer Mantel die „alte Mode“ eigentlich neu einkleiden. Ob der Konsument tatsächlich derart hochgerüstete Mode, wie antibakterielle Kinderkleidung oder Sportkleidung mit Duftlotionen gegen den Schweiß benötigt, ist eine andere Frage. Der bisherige hohe Energieverbrauch der Textilindustrie und die große Belastung der Umwelt werden aber fortgesetzt. Zu zählen scheint nur die europäische Standortsicherung, ohne Blick für die globalen Folgen.

Modedesigner und ihre Kreationen sind mittlerweile häufig zum Markennamen für große Unternehmen geworden. Der italienische Luxuskonzern Prada, so die Presse vom 18. März 2006, verkaufte seine Tochtergesellschaft Helmut Lang an die japanische Gruppe Link Theory Holdings. Im Februar hatte der britische Investor Change Jil Sanders Modeunternehmen als Tochtergesellschaft übernommen. Diese Art von Transaktion ist heute üblich und deutet darauf hin, dass die Mode längst als Gegenstand transnationaler Konzerne verhandelt wird, vor allem von westeuropäischen und amerikanischen Luxusfirmen. In der Luxusbranche sind die Marktführer ständig auf der Jagd nach neuen Märkten. Als „Beute“ bieten sich vor allem kleine und mittelständische Unternehmen oder Häuser an. Man nennt das Fusionen, aber manchmal fragt man sich, ob es sich wirklich um effektive ökonomische oder politische Strategien handelt oder ob sich dahinter nicht vielmehr ein klassisch männliches Verständnis von Macht verbirgt. So besitzt LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) von Bernard Arnaud, dem weltweit größtem Luxusproduzenten, u. a. Louis Vuitton, Kenzo, Donna Karan, Emilio Pucci, Céline, Loewe, Givenchy, Berlutti und Fendi (zusammen mit Prada), daneben noch die Parfums Dior, Guerlain, Givenchy, Kenzo usw. Die Gruppe ist im Jahre 2001 ein Joint Venture mit dem südafrikanischen DeBeers-Schmuckkonzern eingegangen. PPR (Pinaut-Printemps-Redoute) von Bernard Pinaut, dem zweiten Luxusgiganten, besitzt seinerseits Gucci, Yves Saint-Laurent, Alexander McQueen, Bottega Veneta (Lederwaren), Sergio Rossi (Schuhe), Stella McCartney und Balenciaga. Prada mit dem Alleinherrscher Patrizio Bertelli besitzt zwar Church und Fendi, versucht

Die europäische Dimension des Phänomens Mode ist von vornherein relativ.

sich aber immer mehr auf eigene Marken wie Miu Miu zu konzentrieren. Zur It-Holding gehört Gian Franco Ferré, Finpart Spa zählt Cerutti und weitere Marken zum Bestand. Die Diesel-Group Movena, die auch für Vivienne Westwood und Ungaro fertigt, gehört zum Kleidungskonzern Noventa usw. Die Gründe dafür sind vielfältig: Den meisten Modeunternehmern mangelt es an ausreichendem Kapital und aus Sicht der globalen Wirtschaftslogik bleiben sie zu sehr auf die Gründerfigur fixiert, oft ohne die Nachfolgerfrage zu klären.

Dennoch, die Nobelfirmen zeichnen ein exklusives Image und eine konsequente Qualitätskultur aus. Wenn sie in der Markenkommunikation zu regelrechten Mythen und Traumbildern stilisiert werden, spielt das moderne Modemarketing interaktiv mit den Verbrauchern. Die Basis für den Erfolg liegt in der Präsentation exzellenter Kollektionen, kombiniert mit einem effizienten Marken- und Finanzmanagement. „Richtig ist“, so Jil Sander, „dass ich einem ästhetischen Konzept folge. (...) Ich will Mode machen, die von Drolligem befreit ist. Etwas, das elegant und modern ist, feminin, anmutig und nicht ohne Würde.“⁶ Hinter einer Modemarke stecken also Konzepte, die einer globalen Vermarktung bedürfen. Trotz aller Fusionen bemüht man sich, die Exklusivität und Homogenität der Luxuslabels zu bewahren. Aus diesem Grund streben die „Edelkonzerne“ nach der totalen Kontrolle, mittels Multibranding, Diversifikation und Anhäufung. Vermarktung und Distribution nehmen die Marktführer zunehmend selbst in die Hand, Lizenzen werden zurückgekauft. Kontrolliertes Wachstum gilt in der Luxusbranche als oberstes Gebot. Eine Luxusmarke lebt von Exklusivi-

tät, auch wenn die Vorstellung von Luxus sich demokratisiert hat und neue Zielgruppen anspricht. Zu diesem Zwecke wird das Geschäft mit Accessoires verstärkt, das oft höhere Margen einführt als das klassische Modegeschäft. Die Mehrmarken-Strategie verlangt hohe Investitionen, daher gehen immer mehr Firmen an die Börse. Die Luxusbranche erweist sich als sehr konjunkturresistent, obwohl der 11. September 2001 eine Zäsur markiert hat. Man könnte mutmaßen, die Luxusindustrie habe es nicht nötig, in Billiglohnländern produzieren zu lassen oder mit umweltbelastenden Verfahren zu arbeiten. Doch Profitgier und Skrupellosigkeit sind hier genauso vertreten wie anderswo. Die Haute Couture sorgte sich nach der Flutkatastrophe von New Orleans schon über den möglichen Mangel an Krokodilen, als noch nicht einmal alle Menschen gerettet waren. Denn 300.000 Kroko-Häute kommen jedes Jahr zur Herstellung der Taschen, Schuhe, Gürtel oder Uhrarmbänder aus Louisiana.

Daneben gibt es auch unabhängige Designer wie Giorgio Armani, der mit dem Herrenschneider Ermenegildo Zegna 1999 ein Gemeinschaftsunternehmen gründete. Die italienische Mode gibt ohnehin den Ton an. In dem Land arbeiten mittlerweile 53 Mode- und Luxusunternehmen, 25 von ihnen sind noch unabhängig. Mailänder und Florentiner Modeunternehmen gehören zu den expansivsten in Europa. Und auch in Paris haben weiterhin zahlreiche unabhängige Couturiers und Modekreatoren Erfolg. Ein neues Phänomen machte sich in den vergangenen Jahren auch in Berlin bemerkbar. Die Bundeshauptstadt, besonders die Viertel um die Kastanienallee – oft „Castingallee“ genannt –, etablierte

sich als neues Zentrum für junge, kreative Designer und Stylisten. Berlin gilt als Ort bezahlbarer Eleganz. Zu Ähnlichem kommt es in anderen Großstädten wie Marseille oder Thessaloniki und vor allem in Antwerpen, der wahren Hauptstadt der jungen Mode.

Mode verarbeitet und veranschaulicht also quasi seismographisch die Folgen und kulturellen Transformationen der Moderne. Sie illustriert die Geschwindigkeit und die Reichweite des Wandels und die Veränderung im Inneren der Institutionen, aber auch die Widerstände und Verweigerungen. Bei ihrer Anpassung an die Logik des Markts bleibt sie nicht ohne Nebenwirkungen.

„Kollateralschäden“

Am 11. April 2005 stürzte in Shahriyar in Bangladesch die Textilfabrik Spectrum Sweaters ein und forderte 64 Todesopfer und 74 Schwerverletzte. Der Betrieb war als Ort übelster Ausbeutung bekannt. Schwere Verletzungen und Verbrennungen waren keine Seltenheit, sexuelle Belästigungen üblich.⁷ Unternehmen wie Karstadt, Quelle, Steilmann, New Yorker oder Carrefour, die bei Spectrum ihre Produkte herstellen ließen, versprachen eine Entschädigung. Ein Jahr nach der Katastrophe hatten nur drei die Zusage eingelöst. Auch Kinderarbeit unter schlechtesten Arbeitsbedingungen ist keine Seltenheit, ein Teil gerät in eine Art Schuldknechtschaft.⁸ In vielen Textilfabriken arbeiten Mädchen ab vierzehn Jahren in Zwölfstundenschichten. Neun von zehn Herstellern in China, so die ONG Clean Clothes Campaign, missachten die internationalen Arbeitsnormen und die eigenen chinesischen Arbeitsgesetze.⁹

Allerdings gibt es Widerstände. In China gibt es seit Jahren massive Proteste von Textilarbeiterinnen. Nachdem in Bangladesch bei einer Protestaktion in der Fabrik FS Gazipur bei Dhaka – die unter anderem für die französische Supermarktkette Auchan und den schwe-

dischen Modekonzern H&M produziert – ein Textilarbeiter von der Polizei getötet wurde, kommt es im Mai und Juni 2006 zu heftigen Protesten. Besonders gewalttätig wird es in der Freihandelszone Savar, als die Polizei mehrere Hundert Personen verhaftet.¹⁰ In der Industriestadt Ashulia zünden Tausende Fabriken an. Die breite Öffentlichkeit bekommt kaum etwas davon mit. Dafür machen sich die großen europäischen und US-Bekleidungsunternehmen Sorge über die Situation. Sie fordern die Regierung Bangladeschs auf, den Streit baldmöglichst „friedlich und konstruktiv“ zu lösen. Zu den unterzeichnenden Unternehmern gehören Adidas, C&A Europa, Hennes & Mauritz, Karstadt/Quelle, Levi Strauss und Co, Nike, Carrefour, Li&Fung und Lindex.¹¹

Mode und Bekleidung

Was unterscheidet europäische und amerikanische Mode? Die einen sprechen von Originalität, Einzigartigkeit und Exklusivität (Gaultier), die anderen von Integration und dem Bedürfnis nach einem klassenübergreifenden Lifestyle (Tommy Hilfiger, Ralph Lauren, Donna Karan). In der Produktionskette sind aber diese Unterschiede sekundär. Designermode, Bekleidung und Textilmarkt sind unzertrennlich.

Der Mode- und Bekleidungsmarkt wächst seit Mitte des 19. Jahrhunderts. 2004 wurden weltweit etwa 67 Millionen Tonnen Textilrohstoffe produziert. Der Anteil an Chemiefasern – vor allem Polyester, Polyamid und PET-Fasern – hat sich stetig erhöht und umfasst schon mehr als die Hälfte der Welttextilproduktion, gefolgt von zunehmend rückläufiger Baum-

wolle und Wolle. Jute, Seide, Bastfasern und Hartfasern machen etwa 9 Prozent der Weltproduktion aus. Damit hat sich die gesamte Textilproduktion innerhalb von 40 Jahren versechsfacht. In der EU liegt der Anteil der neuen Technotextilien im Jahr 2006 bei gut 20 Prozent. Doch während die europäische Bekleidungs- und Textilindustrie 1980 rund 4,2 Millionen Menschen beschäftigte, waren es 2004 nur noch gut 1,8 Millionen.

In lokaler wie globaler Perspektive stellt die Mode- und Bekleidungsindustrie aus mindestens vier Gründen einen interessanten Wirtschafts- und Imagefaktor dar:

Erstens, weil diese Branche im Globalisierungsprozess eine Vorreiterrolle spielt. Bereits in den 70er Jahren, als noch niemand von Globalisierung redete, begann sie mit der Produktionsverlagerung.

Zweitens, weil bis heute die Mode- und Bekleidungsindustrie in internationalen Handelsverträgen über eine Sonderstellung verfügt.

Drittens, weil sie durch die allgemeine Sensibilisierung für Umweltprobleme besonders betroffen ist. Sie gilt als einer der größten Umweltverschmutzer der Welt, angefangen mit dem enormen Wasserverbrauch.

Und viertens, weil sie viele der (Neben-)Wirkungen der Globalisierung verdeutlicht. Je nach menschlichen, sozialen, kulturellen und Umweltfaktoren gilt sie als besonders gelungen oder völlig gescheitert.

Die Mode- und Bekleidungsindustrie umfasst heute ein breites Spektrum von Unternehmen, von den kleinen Hinterhofnähtuben bis hin zur transnatio-

nenal Handelskette. Im internationalen Vergleich ist die deutsche und westeuropäische Mode- und Bekleidungsbranche durch eine relativ differenzierte Nachfrage charakterisiert. Rezession in Europa, EU-Osterweiterung, verschärfter Wettbewerb, neue technologische Entwicklungen und politische Veränderungen haben die EU-Mode- und Bekleidungsbranche in den 90er Jahren massiv unter Druck gesetzt. Mit dem auslaufenden WTO-Welttextilabkommen Ende 2004, das über 40 Jahre prägend war, sind fundamentale Veränderungen in Gang gesetzt worden. So sind theoretisch alle bilateralen Beschränkungen der textilen Massenproduktion gefallen, wovon praktisch alle traditionellen Zentren der Mode- und Bekleidungsindustrie in Europa betroffen sind.

Kleidungsstücke auf Reisen

Sportbekleidung, Jeans, T-Shirts, Anzüge, Hemden und Röcke – ein Großteil dessen, was getragen wird, ist von einem regelrechten Reisefieber gekennzeichnet. Das Stichwort Globalisierung ist seit den 90er Jahren ein Allzweckbegriff geworden und geht auf Marshall McLuhans Metapher vom „Globalen Dorf“ der Kommunikation zurück. Der Begriff gibt unserer Epoche einen Namen und hebt die weltweite Ausweitung, Beschleunigung und Verdichtung von Beziehungen hervor. Globalisierung stellt, darüber ist man sich einig, die Bedeutung und die Souveränität des Nationalstaates sowie seines Gewaltmonopols und Steuerungsvermögens zugunsten des Markts in Frage. Um zu betonen, dass das Phänomen aber nicht einseitig zur planetarischen Vorherrschaft der westlichen Kulturindustrie führt, sondern zahlreiche

gegenläufige Tendenzen ausbildet, hat der englische Soziologe Roland Robertson den Begriff „Glokalisierung“ eingeführt. Die modewirtschaftliche Definition des Phänomens ist bescheidener und knüpft an damit einhergehende ökonomische Vorstellungen an. Sie unterscheidet vor allem zwischen der Globalisierung der Märkte und den Unternehmensstrukturen.

Das Welthandelsabkommen GATT, das seit 1947 den Freihandel sicherte, erlaubte auch Sonderbehandlung, die vor allem von der Mode- und Bekleidungsindustrie in Anspruch genommen wurde (und sich in den Ausnahmeregelungen bis Ende 2008 fortsetzt). Bis 1995 wurden den Textil- und Bekleidungsimporten aus Schwellen- und Entwicklungsländern in die EU und USA durch das Multifaserabkommen enge Grenzen gesetzt. Die „Quoten“ sollten vom Welttextilabkommen (1995) in mehreren Stufen gelockert und schließlich aufgehoben werden. In der Praxis sieht es etwas anders aus. Die Industrieländer halten sich aber nicht an ihre Liberalisierungspolitik, wenn sie keine Vorteile sehen. Um ihre eigene Bekleidungsbranche nicht in Gefahr zu bringen, liberalisieren sie wertmäßig relativ unbedeutende Produktbereiche. Mit dieser Doppelmoral nimmt die Liberalisierung zwar zaghaft zu, verhindert aber nicht, dass Ende 2004 zwischen 70 und 89 Prozent der Quoten schlagartig wieder fallen.

Aus- und Verlagern

Die Bekleidungsindustrie ist ein großes Mosaik von untereinander verbundenen handwerklichen Tätigkeiten geblieben, in der das Nähen und Zusammensetzen der Kleidung fast ein Fünftel der Arbeitskosten ausmachen. Dieser Umstand führt dazu, dass die Herstellung in Länder mit niedrigen Produktionskosten verlagert wird. Die Textilproduktion ist dagegen ein Hightechsektor, der besonders geschultes Personal und eine komplexe technische Infrastruktur erfordert.

Die Verlagerung in der Mode- und Bekleidungsindustrie erfolgte in mehreren Schüben. Der erste setzte ein in den 50er Jahren von Westeuropa nach Japan, in den 70er und 80er Jahren ging der Zug von Japan nach Hongkong, Taiwan und Südkorea, und schließlich in den späten 80er und 90er Jahren wiederum von dort nach China, Südostasien und Sri Lanka und parallel dazu in den 90er Jahren nach Mexiko und in die Karibik bzw. Mittelamerika. Wo und wie die Produkte hergestellt werden, hängt von zahlreichen Parametern ab: Investitionsanreize, Steuersystem, Möglichkeiten an Kapitalbeteiligung, Lohn- und Lebenskosten, Beschaffungskosten (Rohstoffe, Hilfsstoffe, Betriebsstoffe), Transportkosten, politische Stabilität bzw. Heimarbeitsproduktion, die Lage der Menschenrechte in Off-Shore-Produktionen (Arbeitsbedingungen, Frauen- und Kinderarbeitsbedingungen) usw.

Anfang des 21. Jahrhunderts bildete sich innerhalb der Globalisierung eine Art Regionalisierung aus mit folgenden drei großen Zentren: USA und Kanada mit der Karibik und Mexiko, Japan und Australien mit Ost- und Südostasien und West- mit Osteuropa, der Türkei und Nordafrika, vor allem Tunesien und Marokko. Dabei bleiben die wichtigen Unternehmen und ausbildungs- und technologieintensiven Produktionsteile in den Industrieländern verortet. Während die großen Handelsfirmen die Abschaffung der Quoten verlangen, zugleich aber die Chancen des Systems ausnutzen – durch zunehmende Internationalisierung ihrer Lieferketten – verlangen die Unternehmen mit eigener Produktion in den Industrieländern den staatlichen Schutz ihrer Produktion. Ohne eigene Produktionsstätten, als

„fabriklose“ Firmen, konzentrieren die großen Handelshäuser eine Kaufmacht, die ihnen enormen Einfluss auf die Bekleidungsfabriken sichert. Sie sind die großen Gewinner der Liberalisierung und ihre radikalsten Verfechter.

Ende des Welttextilabkommens

2004 konkurrierten rund 160 Produktionsländer in den Bereichen der Bekleidung, der Textilien und der Schuhe um die Gunst von drei Hauptmärkten – in etwa 30 Ländern. Der Beitritt Chinas in die WTO (2002) verschärfte die Situation der Länder, die für den Wettbewerb weniger gerüstet waren. Vom Ende des Welttextilabkommens profitiert vor allem China, während die Produktion anderer Länder dramatisch zurückgeht.¹² Der Konflikt führt zum Kompromissabkommen des 10. Juni 2005, das eine Lösung auf das Jahr 2008 vertrag.¹³

Einer der großen Vorteile der chinesischen – wie auch der indischen – Mode- und Bekleidungsindustrie ist, dass sie sämtliche Komponenten des Produktionszyklus umfasst, angefangen vom Anbau der Baumwolle bis hin zur Endbearbeitung der Bekleidung samt dem Einnähen der Namens- und Preisschilder. Auch ihr Spektrum an Qualitätsmustern hat sich rasch vergrößert.¹⁴ China zählt entsprechend zu den größten Importeuren von Strickmaschinen und Webstühlen aus Italien, Belgien und Deutschland. Von diesem Modernisierungsschub ist die Bekleidungsindustrie aber kaum betroffen. Sie besteht vor allem aus unzähligen kleinen und mittleren Firmen, die über das ganze Land verteilt und in den Sonderwirtschaftszonen an der südöstlichen Küste konzentriert sind.¹⁵ Chinesische

Arbeitskräfte gehören zu den billigsten der Welt, Wanderarbeiter(innen) machen den größten Teil aus. Chinesische Firmen interessieren sich seit einigen Jahren für alles, was mit Mode und Textil zu tun hat, für englische, schweizerische, französische, ganz besonders für deutsche Textil- und Großhandelsfirmen, vor allem jene mit berühmten Namen, ebenso für Firmen aus dem Textilmaschinenbausektor. Auch Indien oder in bescheidenerem Maße Rumänien gehören zu den Gewinnern der Umstrukturierung, die andere Länder ziemlich teuer zu stehen kommt.¹⁶

Die Ist-Löhne im Bekleidungsbereich gehen alarmierend zurück. Besorgniserregend sind auch auf weltweiter Ebene die Arbeitsbedingungen dieses Sektors. Wer gegen die Zustände protestiert, wird meist bestraft, eingeschüchtert, belästigt, gekündigt und im manchen Fällen sogar ermordet.¹⁷ Die Arbeitszustände nehmen immer größere Dimensionen der Ausbeutung an. Die Verhaltenskodizes, die einige dieser Konzerne respektieren wollen, zeigen nur langsam Wirkung. Zudem werden sie oft untergraben. Wenn NGOs wie Clean Clothes Campaign große Unternehmen wegen Sozialdumping anklagen, erfolgt die Antwort nach einem fast standardisierten Muster: Sind die sozialen Missstände eindeutig belegt und „finden Resonanz in der Öffentlichkeit, so verweisen die Unternehmen zunächst auf firmeneigene Kodizes, die von den Zulieferern die Einhaltung bestimmter sozialer Mindeststandards verlangen. Bei anhaltender Kritik verweisen sie auf firmeninterne Kontrollverfahren oder kündigen die vertraglichen Bindungen zu den in Misskredit geratenen Zulieferern auf,

um die eigene weiße Weste zu retten“.¹⁸ In der gleichen Zeit erzielen die Unternehmen Rekordgewinne.¹⁹

Produktionsstrategien

Selbst für Karl Lagerfeld, einen überzeugten Befürworter von Konkurrenz und Wettbewerb, ist „in der heutigen, sehr kapitalistischen Modewelt das ‚Spiel‘ manipuliert“.²⁰ Wie sieht dieses Spiel also aus? Resümierend formuliert befürworten die Strategien vor allem der Großhandelsketten eine Auslagerung der Produktion dorthin, wo es am billigsten ist, verlangen die Verkürzung der Produktionszyklen, die Risikoverlagerung auf die Zulieferer und die Minimierung der Produktionskosten. Dies führt zu aggressiven Einkaufspraktiken, die systematische Suche nach den billigsten Zulieferern, die Fabriken zu immer kürzeren Produktionsfristen und just-in-time-Logiken drängen. Moderne Technologien wie das Internet helfen den Großkonzernen. Genau definiert wird nur noch, was, wann, wo, in welcher Qualität, Farbe und Größe erforderlich ist. Es gibt klare Preisvorgaben, „über die nicht verhandelt werden kann“.²¹

Dies alles bewirkt ein ausbeuterisches Management und einen Führungsstil, der jede gewerkschaftliche Tätigkeit verhindert oder durch Einführung „schwarzer Listen“ ausschaltet oder über die Arbeitsbedingungen entscheidet, so dass die Arbeiter jederzeit schnell angeheuert wie entlassen werden können – etwa aus Mutterschafts- oder Krankheitsgründen. Im undurchsichtigen System von Zulieferer- und Subunternehmen spielen soziale und ökologische Verantwortung nur für wenige Firmen eine Rolle.

Am Ende der Kette ist in der Tat der

Preis besonders hoch für die Beschäftigten, vor allem in den Freihandelszonen. Außer meist desolaten Arbeitsbedingungen sind dies Gesundheitsprobleme, vor allem in Betrieben ohne Standards der Beleuchtungs-, Luft- und hygienischen Installationen, psychische und physische Bedrohungen, sexueller Missbrauch, Diskriminierung, schwere Arbeitsunfälle und sogar Morde oder Entführungen. Dies ist das Unausgesprochene der Globalisierung. Der Anteil an Frauen, die als Näherinnen, Strickerinnen, Büglerinnen oder Packerinnen arbeiten, ist derart hoch – zwischen 75 und 90 Prozent –, dass man von einer Feminisierung der Beschäftigung sprechen darf. Gearbeitet wird nach Akkordsystem, bezahlt nach fertiggestellter Stückzahl. Ein Hauptmotiv, all das hinzunehmen, ist sicher der Wunsch vieler junger Frauen, der traditionellen Geschlechterrolle zu entfliehen. Diese aggressiven Strategien führen zur „Walmartisierung“ der Beschäftigung. So hat Bangladesch die 72-Stunden-Woche legalisiert, die Philippinen haben in der Bekleidungsindustrie den Mindestlohn aufgehoben. Und auch die Chemie Giganten verdienen mit, auf den Baumwollfeldern und beim Veredelungsprozess.

Schattenwirtschaft in der Mode- und Bekleidungsindustrie

Der Raum der Schattenwirtschaft wird immer größer und de facto institutionalisiert, umso mehr als heute die transnationalen Unternehmern dazu tendieren, die Bearbeitung ihrer Produkte von Freihandelszonen in noch stärkere informelle Sektoren (also eine undurchsichtige Kette von Subunternehmern und Heimarbeiterinnen) zu verlagern.

Vom informellen zum kriminellen Sektor ist es oft nicht weit. Komplexe Finanzpläne und internationale Handelsnetzwerke, so Manuell Castells, binden die kriminelle Ökonomie geradezu an die formelle Ökonomie. Ein Beispiel illegaler

Finanzierungsquellen liefert Thailand, wo bereits Mitte der 90er Jahren Milliarden von Dollar aus dem Drogenhandel des Goldenen Dreiecks in die Textilindustrie gesteckt und so kanalisiert wurden.²² Dagegen wurde durch massive Billigimporte von Textilien als Mittel der Geldwäsche des kolumbianischen Drogenhandels die dortige Textilindustrie um die Jahrtausendwende weitgehend zerstört.

Falsch, frech, billig: Piraten- und Fälschermärkte

Eine andere unerwünschte Nebenwirkung der Globalisierung ist inzwischen zu einer Gefahr für die Industrie geworden: Fälschungen, Plagiate, Raubkopien und „Ideenklau“. Hier gerät vor allem, aber nicht nur China ins Visier. So schloss der deutsche Textilverband im April 2006 ein Abkommen mit China, um den Ideenklau einzudämmen. Selbst der chinesische Staatchef Hu Jintao rief 2006 auf seiner USA-Reise zum verstärkten Kampf gegen Produktpiraterie auf.

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) und andere Experten schätzen die Schäden der Plagiate für 2004 auf 450 bis 700 Milliarden Dollar, was bis zu neun Prozent des Welthandels ausmacht. Davon gehen 23,6 Prozent auf das Konto von China, 7,7 Prozent auf jenes von Hongkong. Fälschungen stammen aus Thailand (23,5 Prozent), der Türkei (10,2 Prozent) und Tschechien, aber auch aus Korea, Polen, Russland, Malaysia, Vietnam und den USA (mit immerhin 8,4 Prozent). In der türkischen Textilindustrie finden sich die weltweit größten Markenfälscher. Im Jahr 2002 hat

der deutsche Zoll Sweatshirts, T-Shirts, Jeans und Schuhe im Gesamtwert von mehr als 12,4 Millionen Euro beschlagnahmt, 2005 waren es 13,5 Millionen und in der EU insgesamt über 100 Millionen, die vom Zoll konfisziert wurden.

Zwar hat China sehr strenge Gesetze gegen Fälschungen verfasst, problematisch ist aber „das mangelnde Rechtsbewusstsein und die riesige Zahl von Fällen“, so Wolf-Rüdiger Baumann, Hauptgeschäftsführer des Gesamtverbandes Textil + Mode. Die Problematik der Fälschung ist aber auch eine kulturelle Frage. Es handelt sich um eine westliche Erfindung, deren Wurzeln in die spätmittelalterliche Zeit zurückgehen. Die Abwertung des Kopierens als einer minderwertigen Tätigkeit ist den meisten asiatischen Kulturen fremd. Was Piratenhersteller in Ländern wie China dennoch schnell und klar verstanden haben, ist die wirtschaftliche Logik des Phänomens, also die Verbindung zwischen westlichen Markenprodukten und großen Gewinnen. Trotz medienwirksamer Schließungen von Pirateriefirmen in Peking leben in einigen Provinzen ganze Industriezweige davon. Langsam wächst aber das Bewusstsein, so die Meinung von Branchenexperten, dass die reine Preisführerschaft langfristig nur einen unzureichenden Wettbewerbsvorteil garantiert.

Verbraucher und globaler Kulturtransfer?

Die Verbraucher spielen mit. Sie geben zwar weniger Geld für Mode und Bekleidung aus – 4,9 Prozent 2003 gegen 5,5 Prozent im Jahr 2000 in Deutschland –, kaufen dafür aber mehr Kleidungsstücke.

Ohne Verfall der Preise wäre dieses Konsumverhalten unvorstellbar. Der Trend geht zugleich in Richtung billigere Produkte, selbst wenn man sie nach zweimal Waschen wegwerfen muss. Dazu kommt ein neues Kaufverhalten. 2004 hat der Bundesverband des deutschen Versandhandels eine Steigerung des Internetumsatzes gegenüber dem Vorjahr um 34 Prozent bekannt gegeben, eine Verdreifachung im Vergleich zum Jahr 2000. So ist eBay zu einem der größten Online-Modehändler geworden, 2006 bekam die E-Firma deswegen Schwierigkeiten wegen Fälschungen von Seiten der Luxusindustrie. Hinzu kommt, dass Kinder in den westlichen Ländern immer reicher werden. 2005 verfügte jedes Kind zwischen 6 und 13 Jahren über mehr als 1.000 Euro Taschengeld jährlich.²³ Beim Einkauf von Sportschuhen und Kleidung sind Kinder markenbewusst. Mode macht Kritik nicht leicht: Konsumgenuss und Enttäuschung sind Zwillingsschwestern, mit denen Mode geschickt zu spielen weiß.²⁴ Textilien und Bekleidung sind auch Kulturgüter, also wichtige Bestandteile der Kulturindustrie, die mit Kulturlandschaften und Identitätsproduktion verbunden sind. Diese kulturelle Seite der Mode- und Bekleidungsproduktion mit einer stärkeren regional-lokalen Verortung wurde von der neoliberalen Globalisierung geopfert. Eine Verbindung mit dem Globalen, die zu einer neuen Vielfalt führen könnte, wäre problemlos denkbar, wird jedoch aus profitwirtschaftlichen Erwägungen nicht realisiert.

Die EU bleibt dazu nach wie vor eine nicht zu unterschätzende Größe im Mode- und Textilwelthandel, nicht nur im Bereich des Konsums. Ihre Produktionschancen liegen vor allem in der Qualität und in der räumlichen Nähe. Je kurzfristiger die Modezyklen, umso riskanter kann es sich erweisen, Waren aus China oder Indien zu importieren, da allein die Fahrt nach Europa mit dem Containerschiff zwei bis drei Wochen dauert. Zwar ginge dies zügiger mit dem Flugzeug,

würde aber den Preis verteuern, trotz rasch wachsender Flotten von Frachtflugzeugen. Bei derart niedrigen Löhnen wie in der Mode- und Bekleidungsindustrie fällt allerdings der längere Transportweg bis jetzt kaum ins Gewicht. Dies könnte sich jedoch schnell ändern, denn Handel bleibt teuer (im Durchschnitt rund ein Drittel des Wertes der transportierten Ware) und die Kosten für Energie und Sicherheit nehmen rasant zu.

Bis heute ist die EU nach Schätzung der EU-Kommission der größte Textilexporteur der Welt. Rechnet man die Fertigungsindustrie mit ein, steht China an der Spitze. Es geht aber nicht darum, Indien oder China gegen Europa auszuspielen, sondern die Spielregeln so zu gestalten, dass es nicht mehr nur wenige Gewinner und äußerst viele Verlierer gibt und dass auch Umwelt, menschliche Lebensqualität und soziale Gerechtigkeit

berücksichtigt werden. Die Durchsetzung dieser Wirtschaft der Nachhaltigkeit stellt ein akutes Problem dar, weil die Kleidungsfrage aktuell bleibt, so lange es Menschen gibt.

Daniel Devoucoux, geboren in Paris, Jahrgang 1950. Studium der Geschichte/Germanistik, Soziologie und Mathematik in Paris, Promotion im Fach Geschichte/Germanistik an der Sorbonne, Paris. Seit 1996: Freie publizistische Tätigkeit und Lehrtätigkeit im Bereich Kulturwissenschaft an verschiedenen Universitäten. Veröffentlichungs- und Forschungsschwerpunkte: Kulturanthropologie, insbesondere der internationalen Bekleidungs-geschichte, Kleidung im Film/Medien, Film- und Mediengeschichte, Modetheorien.

¹ Süddeutsche Zeitung 23.24.9.2006.

² Alfons Kaiser: Ton in Ton. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung 19.8.2006.

³ Furetère, Antoine: Dictionnaire. Paris. 1690, Bd. 2, Artikel „Mode“.

⁴ Mentges, Gabriele. In: Kulturaustausch. Die Welt als Laufsteg 4/2002, S. 54.

⁵ Elaine Salo: Die Bedeutung junger Modedesigner für die afrikanische Kultur und Wirtschaft. In: Generation Mode. Ausstellungs-Katalog. Stadtmuseum Düsseldorf 2006, S. 38.

⁶ Contemporary Lady. Ein Interview mit Jill Sander von Stephanie Tosch. In: Texte zur Kunst, Heft 56/Dezember 2004, S. 67 und 69.

⁷ Beide Arbeiterinnen der Firma erzählen, dass einer der Direktoren des Betriebs über ein gut ausgestatteten Raum verfügt, den er zu diesem Zweck verwendete. Wenn eine junge Frau sich widersetzte, wurde sie sofort entlassen. Quick Fix. Inkota 3, 2006, S. 74-75.

⁸ Indien: Schule statt Kinderarbeit. Siegburg 2006, S. 46.

⁹ Tiefgehende Informationen zu den Arbeitsbedingungen der Bekleidungsarbeiterinnen in China im Dokumentarfilm „China Blues“ (2006) von Micha X. Peled. Vgl. Quick Fix: Die Suche nach der schnellen Lösung. Berlin 2005, S. 27ff.

¹⁰ Clean Cloth Campaign Juni 2006; Terre des Femmes Juni 2006.

¹¹ Diese Unternehmer ordnen nach Angabe der Tageszeitung „New Age (Dhaka)“ etwa die Hälfte der Textilimporte Bangladeschs. Vgl. Twnetwork. de 23.6.2006.

¹² So in Pakistan (-37 Prozent), in Sri Lanka (-25 Prozent), in Bangladesch (-9 Prozent), aber ebenso in europäischen Ländern. EU-Presseerklärung. 17.5.2005.

¹³ Bis Juni 2006 gab es jedoch von der EU keine Aussage zur praktischen Umsetzung, eine Situation, die für einige kleine und mittlere Händler zum Ruin führte.

¹⁴ Im Vergleich exportierte die EU 19 Milliarden und die USA 5,5 Milliarden. Quelle WTO.

¹⁵ Ein Zentrum der chinesischen Bekleidungsindustrie ist etwa das Bei Jiang Delta (Pearl River). Die meisten Betriebe wurden aus Hongkong ausgelagert, lange bevor die Hafencity zurück an die Volksrepublik China ging.

¹⁶ Wie die 23 Länder der Caribbean Basin Initiative und Mexiko oder die 37 Länder des African Growth and Opportunity Act (AGOA).

¹⁷ Als die ArbeiterInnen eines großen Zulieferanten in Haiti, der für Levi Strauss arbeitet, ihren Tageslohn von weniger als zwei Dollar mit legalen gewerkschaftlichen Aktionen aufbessern wollten, gerieten sie unter Beschuss, Keaney, ebd.

¹⁸ Ferenschild, Sabine: Die OECD-Leitsätze für multinationale Konzerne – ein unzureichender Schritt zur Durchsetzung sozialer Standards. Berlin o.D.

¹⁹ So 2004 Nike mit 1,45 Mrd. Dollars, Adidas mit 520 Mio., Puma mit 465,4 Mio. oder Reebok mit 265,7 Mio.

²⁰ Alles in allem. Interview Lagerfeld, ebd., S. 37.

²¹ GMAC-Generalsekretär Loo aus Kambodscha. Die Zeit 4.5.2005.

²² Chossudovski, Michel: Comment les mafias gagnèrent l'économie mondiale. In: Le Monde Diplomatique Dezember 1996, S. 24.

²³ Frankfurter Allgemeine Zeitung, FAZ.net 2.8.2006. Kinder können Geld ausgeben wie nie.

²⁴ Eine breite und starke anticonsumerist-Bewegung, besonders aktiv in den USA und in Frankreich. Vgl. Le Monde, 26.9.2005.

ROHBAU EUROPA? Die Architektur auf der ganzen Welt hat ihre Wurzeln in Europa. So vielfältig wie ihre Kulturen ist die Baukunst, die sie hervorgebracht hat und die nicht zuletzt als Wirtschaftsfaktor eine wichtige Rolle spielt. Der europäische Einigungsprozess ist eine Chance für Architekten, Aufträge im Ausland einzuspielen, birgt aber auch die Gefahr einer Vereinheitlichung der Baustile. *Von Hans Ibelings*



ungarische Architekt Marcel Breuer unangreifbar auf dem ersten Platz). In den vergangenen zwei Jahrzehnten hat diese Zahl explosiv zugenommen, anfänglich vor allem mit Projekten von internationalen Stararchitekten wie Renzo Piano, Norman Foster und Steven Holl, mittlerweile aber auch durch Architekten, die noch keinen Weltruf haben.

Als weiterer Indikator dient die Zahl ausländischer Architekten in einem bestimmten Land. Um wieder die Niederlande als Beispiel heranzuziehen: Bis vor kurzem war eine überwältigende Mehrheit der Arbeitnehmer in den Architekturbüros niederländischer Herkunft und fast jedes Büro wurde von einem Niederländer geleitet. Inzwischen stocken die Büros ihre Belegschaft von Tag zu Tag mit internationalen Kräften auf. Neue, von ausländischen Architekten geführte Büros, kommen hinzu – vom spanischen Duo Helena Casanova & Jesus Hernandez bis zu den Deutschen André Kempe & Oliver Thill. Die Niederlande mögen angesichts des Rufs als architektonisches Paradies – der ihnen seit den 90ern anhaftet – ein atypisches Beispiel sein. Architekten, die trotz Mängel an Erfahrung wichtige Bauprojekte übernehmen, sind kein außergewöhnliches Phänomen.

Für diese Internationalisierung, die sich in den meisten europäischen Ländern

Es gibt viele Gründe, warum Europa trotz der fortschreitenden Erweiterung der Europäischen Union und trotz des Engagements verschiedener anderer paneuropäischer Organisationen (noch immer) keine Einheit in geographischer, kultureller, sozialer, politischer und wirtschaftlicher Beziehung bildet.

Inmitten der Differenzen und Kontraste gibt es Kulturbereiche, die sich besonders internationalisiert haben. Ein augenscheinlicher Indikator ist die Anzahl der von ausländischen Architekten entworfenen Gebäude in einem Land. Die konnte man etwa in den Niederlanden bis in die 80er Jahre des 20. Jahrhunderts an zwei Händen abzählen (mit drei Projekten aus den 50er Jahren war der österreichisch-

beobachten lässt, gibt es verschiedene Erklärungen. Eine allgemeine und ebenso triviale Begründung ist, dass der Prozess ein Resultat der Globalisierung ist, die ebenso wenig vor der Architektur wie vor anderen Lebensbereichen halt macht. Für die meisten Europäer spielt sich diese Globalisierung hauptsächlich innerhalb ihres Kontinents ab. So auch für europäische Architekten, ungeachtet der Verlockungen aus Shanghai, Dubai oder anderen aufstrebenden Metropolen, die die Architekten magnetisch anziehen.

Europaweite Ausschreibungen für Bauprojekte, der Studentenaustausch im Rahmen des europäischen Erasmus-Programms, internationale Zusammenarbeit von Universitäten und Forschungseinrichtungen sowie der freie Personenverkehr, der es ungemein erleichtert hat, in einem anderen EU-Land eine Arbeitserlaubnis und Arbeit zu bekommen, haben zu einer unverkennbaren Europäisierung der Architektur geführt.

Hinzu kommen auch Einrichtungen wie der Mies-van-der-Rohe-Preis für das beste europäische Bauwerk, ausgeschrieben von der Europäischen Union und European, ein paneuropäischer Ideenwettbewerb für junge Architekten, bei dem der Gewinner bei der Realisierung seines Projekts unterstützt wird. Daneben gibt es eine große Anzahl internationaler und durchgehend europäisch orientierter Initiativen, von Wonderland und Young European Architects (YEA) bis zum Zentrum für Zentraleuropäische Architektur (CCEA) in Prag plus einer großen Anzahl an Architekturbiennalen, -triennalen und -festivals, in Istanbul, Rotterdam, auf den Kanarischen Inseln und in Oslo – um vier zu nennen. All diese Projekte fördern einen regen Kulturaustausch. Auch die Zeit-

schrift „A10 new European architecture“ trägt als einzige europäische Architekturzeitschrift seit 2004 mit Korrespondenten von Norwegen bis in die Ukraine und mit Lesern aus allen europäischen Ländern dazu bei.

Monokulturelle Architektur?

Die europäische Einheit, die sich innerhalb der Architektur widerspiegelt, birgt aber auch Risiken, wobei ich zwischen einem sozialen und einem kulturellen Aspekt unterscheiden möchte. Der Historiker Tony Judt beschreibt treffend den sozialen Aspekt in seinem viel gepriesenen Buch „Postwar“ über die Europäische Geschichte nach 1945. Er veranschaulicht darin eine neue Spaltung Europas zwischen einer kleinen Gruppe kosmopolitischer Europäer auf der einen und einer größeren Gruppe europäischer Einwohner auf der anderen Seite, die sich kaum als Europäer fühlen. Viele Architekten und sicherlich ein Großteil der 20- bis 40-Jährigen von heute sind durch ihre Ausbildung, ihre Arbeit, ihren Lebensstil und durch ihre Interessen „echte“ Europäer. Gleichzeitig entsteht durch diese kosmopolitische Ausrichtung auch das Risiko, dass sie die Ziele und Ideen der Menschen, für die sie Häuser planen und bauen, nicht wirklich treffen. Der kulturelle Aspekt dieser Kehrseite ist, dass durch die Internationalisierung der Architektur, durch die größeren Arbeits- und Aktionsradien der Architekten und die gleichen oder geteilten Architekturauffassungen der kosmopolitisch orientierten Europäer eine Einheitlichkeit durch europaweite Moden und Trends entstehen kann, die lokale und nationale Unterscheide aufhebt.

Diese Einheitlichkeit unterstreicht den Zusammenhang, den es innerhalb der Architektur gibt und auch schon immer gegeben hat. Sie hat ihren Ursprung darin, dass die Architektur schon seit Jahrtausenden eine ausnahmslos europäische Angelegenheit ist. Dies hat nichts mit Eurochauvinismus oder kulturellem Überheblichkeitsgefühl zu tun. Europa wird schon seit Ewigkeiten durch die Architektur bestimmt.

Jede allgemeine Architekturgeschichte ist, explizit oder implizit, eine Geschichte der Architektur Europas. Wenn sich die Stilrichtungen nicht in Europa selbst herausgebildet haben, so ist Europa doch stets ihr Hauptreferenzpunkt oder wichtigster Maßstab. Die Architekturgeschichte, die in den meisten Grundwerken behandelt wird, konzentriert sich nach einem kurzen Aufblühen im Mittleren Osten seit zwei Jahrtausenden auf Europa. Erst ab dem 19. Jahrhundert bringt sich Nordamerika in die Geschichte ein, und ab Mitte des 20. Jahrhunderts kommen Japan und Lateinamerika mit ins Bild. Der Rest von Asien, Afrika und Australien müssen mit einer Statistenrolle vorlieb nehmen.

Eurozentristisches Bauen

In der Architekturgeschichte wird viel auf den Eurozentrismus hingewiesen und es wäre sicherlich angebrachter, auf einen weltweit ausgeglichenen Geschichtsverlauf hinzuweisen. Hierzu wurden in den vergangenen Jahren glücklicherweise auch einige Versuche unternommen.

Erwähnenswert ist außerdem, dass vor allem Westeuropa das Bild der europäischen Architektur bestimmt hat. – Vor allem Nationen wie Italien, Frankreich und Deutschland, die jahrhundertlang

die Architekturentwicklung vorangetrieben haben.

Die traditionelle Dominanz westeuropäischer Architektur wird künstlich dadurch verstärkt, dass sich die meistgelesenen Historiker in Westeuropa und in den Vereinigten Staaten befanden und immer noch befinden. Die Konsequenz ist, dass eine Architekturgeschichte östlich von Wien nicht existiert. Unbekanntes bleibt unbekannt – die Kehrseite des Erfolgs.

Was für Ost- und Zentraleuropa gilt, gilt auch für die vermeintliche Peripherie des Kontinents. Dadurch nehmen beispielsweise die polnische und tschechische Avantgarde aus der Zeit zwischen den Weltkriegen, die griechische Moderne der 60er Jahre, die slowakische und kroatische Architektur der 60er und 70er Jahre keinen festen Platz in den Geschichtsbüchern ein. Dabei hätten sie diesen Platz sehr wohl verdient.

Wirtschaftsfaktor Architektur

In der staatlich geförderten europäischen Kulturlandschaft spielt die Architektur neben Theatern und Museen nur eine Nebenrolle. Wirtschaftlich und gesellschaftlich ist die Baukultur auf dem Kontinent mit der höchsten Architektendichte ein interessanter Zukunftsfaktor.

So ist es selbstverständlich, Architekten mit in die Planung öffentlicher Flächen und Räume, vom sozialen Wohnungs- bis zum Städtebau, einzubeziehen. In den reichen Ländern befinden sich im

Auch wenn sie außerhalb der traditionellen Zentren wohnen und arbeiten, können Architekten heute noch bedeutender Teil einer Subkultur innerhalb der kosmopolitischen kulturellen Oberschicht Europas sein.

Kielwasser öffentlicher und halböffentlicher Auftraggeber auch private Unternehmen, die mehr und mehr die soziale Verantwortung erkennen, die Bauprojekte mit sich bringen.

Der heutige Status der Architektur zeichnet sich nicht nur in gefestigten Architekturländern wie Spanien oder Frankreich ab, sondern wird auch anderswo überdeutlich. In den letzten Jahren sorgte beispielsweise die irische Architektur für Furore, machen estnische Architekten von sich reden, ist in Portugal eine neue Generation von Architekten nach oben gekommen, blüht Österreich neu auf und zimmern junge Länder wie Slowenien und Kroatien sich den Weg.

Dass im Moment kein bestimmtes Land, keine bestimmte Region oder Stadt den Mittelpunkt dieser neuen Architektur formt oder von Medieninteresse ist, zeigt, wie globalisiert unsere Welt heute ist – klassische räumliche Unterschiede zwischen Zentrum und Umland lösen sich auf.

Dank neuer Kommunikationswege löst sich dieser Unterschied weitestgehend auf, Zentrum und Umland sind austauschbar geworden: alles kann Zentrum sein und alles peripher. Bezeichnend ist in diesem Zusammenhang, dass diverse tonangebende Architekten in den traditionellen kulturellen Zentren der westeuropäischen Hauptstädte arbeiten, die beiden berühmtesten Architekturbüros von heute haben ihren Sitz in Rotterdam (Rem Koolhaas' OMA) und Basel (Herzog & De Meuron). Ebenso befinden sich verschiedene tonangebende Architekturausbildungen, Brutplätze für zukünftige Generationen, in peripheren Städten wie Göteborg, Graz oder Gleiwitz. Das zeigt einmal mehr, dass Architekten sich nicht

mehr notwendigerweise auf Hauptstädte konzentrieren (müssen), um eine führende Rolle einzunehmen. Auch wenn sie außerhalb der traditionellen Zentren wohnen und arbeiten, können Architekten heute noch bedeutender Teil einer Subkultur innerhalb der kosmopolitischen kulturellen Oberschicht Europas sein. Genau dies verbindet unsere Berufsgruppe grenzüberschreitend.

Dank der heutigen Technologien und Mobilitätsmöglichkeiten muss niemand mehr in einer Metropole leben, um einen kosmopolitischen, großstädtischen Lebensstil führen zu können. Dies betrifft nicht nur die europäische urbane Kultur, sondern schlussendlich auch die gesamte bebaute Umgebung. Wenn ein Dorf die Eigenschaften einer Großstadt annehmen kann, und umgekehrt die Stadt einen dörflichen Charakter aufweist, wenn kurzum der Gegensatz zwischen Stadt und Land, zwischen Metropole und Dorf unbedeutender wird, könnte das zu einer neuen europäischen Geographie führen.

*Aus dem Niederländischen
von Henning Schimpf*

Hans Ibelings, geboren 1963 in Rotterdam, ist Architekturhistoriker und Autor mehrerer Bücher zum Thema zeitgenössische Architektur. Von 1989-1999 Kurator des Niederländischen Instituts für Architektur, unabhängiger Autor (2000-2004), seit 2004 Redakteur und Herausgeber der Architekturzeitschrift "A 10 new European architecture" und seit 2006 Gastprofessor an der EPFL, Lausanne.