

Interactive comment on “Gebrauchsanleitung für Deutschland – Strategien nationaler Selbstdarstellung” by G. M. König

I. Götz (Referee)

irene.goetz@rz.hu-berlin.de

Received and published: 17 July 2007

Nationale Selbst- und Fremdbilder im Wandel – eine europäisch ethnologische Perspektive

Wir lesen es ja täglich in den Zeitungen: Die Grenzen nach innen, zwischen In- und Ausländern (aber auch die zwischen Ost- und West) scheinen angesichts immer wieder aufflackernder, kulturalistisch argumentierender Verteilungskämpfe, insbesondere am unteren Rand der Gesellschaft, oder auch angesichts der zu Wahlzeiten florierenden „Leitkultur“-Debatten im bildungsbürgerlichen Milieu schärfere Konturen angenommen zu haben. Dabei wird die nationale Rhetorik von der „inneren Einheit“ auch gerne als oberflächlicher Kitt über die Spaltungen und Polarisierungen der Gesellschaft aufgetragen – das Nationale dient als Homogenisierungsmittel, als seda-

S120

tive Kompensationsstrategie. Neue Renationalisierungs- und Kulturalisierungstendenzen innerhalb Deutschlands zeigen sich bisweilen als Gegenbewegung gegen Globalisierungstendenzen, gegen ein offenes Europa.

Hinzu kommt: Je mehr der *Nationalstaat* im Zuge der Europäischen Einigung und Globalisierung seine Bedeutung als politisches und ökonomisches Ordnungsmodell abgibt, um so mehr scheint die *Kulturnation* oder die „typische nationale Kultur“ im öffentlichen Diskurs reinszeniert zu werden. Der Nationalstaat der Moderne befindet sich, speziell in Deutschland, spätestens auch seit der deutsch-deutschen Vereinigung und dem Ausruf der *Berliner Republik*, in politischer, sozialer und ökonomischer Hinsicht im Umbau und sucht entsprechend tragfähige identitätsstiftende Symbolisierungen und Geschichtsbilder sowie seinen Platz als europäische Nation.

Die Einwanderung, auf die der Boom nationaler Selbstdarstellungen wie das von Gudrun König besprochene „Handbuch für Deutschland“ (2003, 2005) der „Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration“ (BAMF) vor allem auch reagiert, ist zweifellos ein weiterer Faktor (von den eben genannten nicht zu trennen), der zu einer seit den 1990er Jahren auch in Deutschland zu verzeichnenden Politik des „nation re-building“ und ihrer Institutionalisierung durch Gesetze (Staatsbürgerschaftsreform 2000, Zuwanderungsgesetz 2004) und durch neu geschaffene Ämter führt (BAMF als zentrale Bundesbehörde für Zuwanderung und Integration, 2005).

Homogenisierungen, Entdifferenzierungen und auch Enthistorisierungen bei der Aufbereitung von Landeskunde und Geschichte, deutscher Kultur und deutschem Alltag, wie sie Gudrun König bei dem von ihr in einer kombinierten Text- und Bildanalyse rezensierten „Handbuch für Deutschland“ (2003, 2005) als Integrationshilfe für Einwanderer ausmacht, sind typisch für nationale Selbstdarstellungen. Homogenisierung und Vereinfachung ist diesen inhärent; das Nationale ist schon immer ein schillernder Begriffsmantel gewesen, der sich mit jeder beliebigen politischen Richtung, Ideologie und Nutzungsabsicht verbinden und auch heute noch, zum Beispiel über nicht ausgeprägte Konflikte, legen lässt.

S121

Diese neuere Identitätspolitik, die König als „eine Reaktion auf die zunehmende Mobilität in einem erweiterten Europa und auf die Arbeitsmigration in einem globalen Markt“ begreift (S. 164), wird nun aber durch die symbolischen Praktiken nationaler Selbstdarstellung als ein gegenwärtig meist nicht eindimensionaler, sondern als ein dialektischer Prozess von Re- und Denationalisierung untermauert und als solcher in den Alltag hineinvermittelt. Ganz generell wurde zunächst durch die Staatsbürgerschaftsreform des Jahres 2000 – zumindest konzeptuell und theoretisch – das nach der alten Staatsbürgerschaftsideologie ehemals Fremde, die im Inland geborenen Ausländer, zum Eigenen, zu neuen Inländern. Symbolische Praktiken und die (von König nur kurz gestreiften) Kampagnen zur Inszenierung neuer nationaler Bilder veralltäglichten die semantische Umdefinition des Deutschseins als eine Ablösung der ethnos- durch die demos-Idee als Beitrag zur Denationalisierung der Volksnation und neuen Belegung des Nationskonzeptes als Zivilgesellschaft. So zielten politische Kampagnen seinerzeit mittels symbolischer Inszenierungen darauf, diese neue semantische Belegung des Eigenen vertraut zu machen, indem sie das ehemals als fremd Geltende – „schwarze Deutsche“, „deutsche Türken“ – jetzt auch symbolisch durch Bildstereotype ganz gezielt in das „Eigene“ inkorporierten.¹

Auch das „Handbuch für Deutschland“, das König vor allem und m.E. zu einseitig unter dem Gesichtspunkt der Nivellierung von regionaler, sozialer und kultureller Differenz zugunsten einer „typisch deutschen“ Gesamtkultur (S. 169) wahrnimmt, öffnet das approbierte, tradierte kulturelle Repertoire deutscher Nationalkultur-

¹ So warb ein Schwarzer im Jahr 2000 in einer von der Bundesausländerbeauftragten initiierten Kampagne der Berliner Werbeagentur *Scholz & Friends* mit einem T-Shirt gegen Ausländerfeindlichkeit und rechte Gewalt. Als Schwarzer, der stolz auf Deutschland ist, vermittelte er damit das Bild der sich öffnenden Staatsbürgernation und ein semantisch neu belegtes Nationalgefühl (siehe hier z. B. im Kontext eines Beitrags – *Multikulti light* – zur Debatte um die *Leitkultur* im Tagesspiegel, 2.11.2000: 6). In die gleiche Richtung zielte eine andere Werbekampagne der Bundesregierung, in der sie für ihr gerade verabschiedetes Einbürgerungsgesetz (2000, www.einbuengerung.de) und für die *demos*-Idee warb. Hier waren es *Türkische Deutsche* oder Kinder verschiedener Hautfarbe, die in ganz Berlin von den Lifassssäulen hinab blickten, oder per Postkartenwurfsendung in die Haushalte kamen.

Konstruktionen in mehrerer Hinsicht und bietet durch eine transkulturelle Perspektive – „typisch deutsch“ ist europäisch, international und multikulturell“ (Handbuch 2003: 29) – Anknüpfungspunkte für die Integration und Identifikation von eingewanderten Neubürgern, auch wenn, wie König konstatiert, die Beispiele dieser transkulturell erweiterten nationalen Alltagskultur oft beliebig und additiv sowie auf stereotype ästhetisch präsentierte Bildschablonen reduziert erscheinen. Aber immerhin, mit französischem Baguette und türkischem Fladenbrot, mit Integrationsnarrativen türkischer Restaurantbesitzer und Ruhrpolen, mit der „Love Parade“ und dem Berliner „Karneval der Kulturen“ wird doch – im Vergleich zum überlieferten nationalen Bilderreservoir der deutschen „Dichter und Denker“ oder der Trachten- und zeitlich stillgestellten Deutschlandbild gezeitigt, das neuerdings alltagskulturelle Aspekte und Lebensweisen in den Mittelpunkt stellt und fast beliebig scheinende Anknüpfungspunkte für alle bietet.

Auch diesbezüglich unterschätzt König m.E. die relative Neuheit dieser nationalen Inszenierung, die sich wenigstens bemüht, vom „kulturellen Erbe“, dem Goethekult und den „Sauerkrautmahlzeiten“ (S. 175), oder auch von den besonders in Deutschland gepflegten tabubehafteten antinationalen Haltungen der Nachkriegszeit weg und hin zu für Einwanderer in ihrem neuen Alltag greifbareren und einladenderen Motiven zu kommen. Dabei ist sicherlich zuzustimmen, dass das Handbuch wohl wenig ernsthafte Orientierungs- und Alltagsbewältigungshilfen vermittelt. Doch lässt es sich immerhin als eine symbolische Geste und Aufforderung lesen, in diesen additiven bunten Kulturreigen die eigene Stimme, die eigene Farbe und Tradition mit einzuspielen und auf diese Weise hier anzukommen.

Nicht genügend herausgestellt und durch Vergleiche mit weiteren gegenwärtigen nationalen Identitätspolitikern europäischer Eliten kontextualisiert wird auch die von König lediglich erwähnte, in diesem Handbuch versuchte spielerisch ironische Umgangsweise mit dem nationalen Inventar eines von der „Warenkultur geprägten Alltags“ [...] Markenhase und Riesenbratwurst, purzelnde Weihnachtsmänner und Wach-

maschinen, Fußball und Formular kommentieren gleichsam ironisch Charakteristisches im deutschen Alltag“ (S. 174). Wie weit entfernt ist diese mit Augenzwinkern vorgeführte collagenartige Zitation traditioneller Motive des „kulturellen Erbes“ doch vom ersten Nationalismus der Moderne mit seinen Bekenntniszwängen (Kaschuba 1998)!

Sie ist ein in den mittel- und nordeuropäischen Staaten vielfach beobachtetes spätmodernes Phänomen, diese Perspektivverschiebung vom Ernst hin zu einem spielerischen, „informellen“ Nationalismus (Frykman 1995), der alles und nichts bedeuten kann, der beispielsweise Nationen als Markenartikel bewirbt und im Falle etwa des von „New Labour“ unter Tony Blair inszenierten „New Britain“ alle in eine neue ökonomisch potente Mittelschichtsgesellschaft symbolisch eingemeindet (Meyer 2005). So werden die alten Nationalstaaten im neuen Europa zu Erlebnisgesellschaften und Wirtschaftsstandorten, müssen mit ihrer typischen Warenkultur „Profil“ zeigen und entsprechend in Kampagnen „nation branding“ betreiben (Götz 2006). Und, angesichts der von den Einwanderern mitgebrachten Traditionen, blühen auch überall Leitkulturdebatten, die Reflexion des Eigenen und zu Bewahrenden. Dies geschieht, wie z.B. von Orvar Löfgren in Schweden immer wieder beobachtet (z.B. Löfgren 1989, 2000), ebenfalls, wie in diesem „Handbuch für Deutschland“ durch Auflistungen „typisch schwedischer“ Objektensembles und „Top Ten“ nationaler Praktiken und informeller Symbole (vom schwedischen Weihnachtsfest, über bestimmter Speisen bis zu romantisch verklärten Kindheitserinnerungen an bestimmte Stimmungen und Lektüren).

Das Nationale wird also nicht nur, landauf, landab in Europa, in bestimmten Kontexten veralltäglicht und ironisch gebrochen, sondern auch privatisiert. Es ist, wie eingangs skizziert, sicherlich immer noch, zumal im östlichen postsozialistischen Europa, in anderen Kontexten eine ernste und ernst zu nehmende Homogenisierungs- und damit zugleich Ausgrenzungsstrategie, aber immer häufiger auch ein offenes Diskursfeld, das sich für neue semantische Belegungen und Umcodierungen der älteren Traditio-

S124

nen im Sinne einer Denationalisierung hin auf Europa öffnet und damit Einwanderern zumindest oberflächliche Anknüpfungspunkte bietet. Vor diesem Kontext ist m.E. das von Gudrun König besprochene „Handbuch für Deutschland“ vor allem zu verstehen.

Allerdings wird es in ihrem sehr evaluativ angelegten Beitrag über einen einzelnen Text in solche weiteren Kontexte und aktuelle Diskurse der nationalen Neupositionierung und Aushandlung von gewandelten kulturellen Repertories des Nationalen, von Selbst- und Fremdbildern in europäischen Einwanderungsgesellschaften seit den 1980er und 1990er Jahren, nur sehr cursorisch eingeordnet. Die national vergleichende Perspektive fehlt völlig, die das Besondere und das Typische dieses Handbuchs erst beurteilbar macht. Gerade auch diesbezüglich wäre es hilfreich gewesen, beim Forschungsüberblick über die eigene (Tübinger) „scientific community“ hinauszuschauen und weitere Forschungsliteratur zu diesem in der Europäischen Ethnologie in den letzten Jahren breit diskutierten Themenfeld des neuen Nationalismus, der nationalen Selbst- und Fremdbilder im Wandel, zur Kenntnis zu nehmen. So bleibt in Königs Beitrag weitgehend offen, wieweit dieses auch im „Handbuch für Deutschland“ aufscheinende gewandelte kulturelle Repertoire des Nationalen und die hierin exemplarisch zu beobachtende Suche nach zeitgemäßerem offenen nationalen „Erinnerungsorten“ selbst ein eigentlich transnationales Phänomen und damit ein reizvoller und wichtiger Gegenstand einer vergleichend operierenden Europäischen Ethnologie ist.

Literatur

Ein Handbuch für Deutschland, herausgegeben von: Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, Berlin, 2003 (2. Aufl. 2005).

Frykman, Jonas: The Informalization of National Identity, in: *Ethnologia Europaea* 25, 5–15, 1995.

Götz, Irene: Nationale Identitäts- und Geschichtspolitik vor dem Horizont Europas -

S125

Über die Verschiebung der Grenzen zwischen Eigen und Fremd im Zuge gesellschaftlicher Denationalisierungsprozesse., in: Grenzen & Differenzen. Zur Macht sozialer und kultureller Grenzziehungen, herausgegeben von: Hengartner, Thomas und Moser, Johannes, Leipziger Universitätsverlag, Leipzig, 561–578, 2006.

Kaschuba, Wolfgang: Nation und Emotion. Europäische Befindlichkeiten, in: Ethnologia Europaea 28, 101–110, 1998.

Löfgren, Orvar: The Nationalization of Culture, in: Ethnologia Europaea 19, 5–24, 1989.

Löfgren, Orvar: The Disappearance and Return of the National: The Swedish Experience 1950–2000, in: Folklore, Heritage Politics and Ethnic Diversity, herausgegeben von: Anttonen, Pertti J. u.a., Botkyrka, 230–252, 2000.

Meyer, Silke: Cool Britannia: Zur Konstruktion des Nationalen im Millenium Dome, London, in: Zeitschrift für Volkskunde 101, 49–68, 2005.

Interactive comment on Soc. Geogr. Discuss., 3, 159, 2007.