

Olga Rösch (TFH Wildau)

## Kulturelle Identität als (Problem)Thema in der Praxis

*Typisch deutsch ist es, der Frage nach dem typisch Deutschen auszuweichen.*

Hermann Bausinger (2005: 31)

### 1. Wirkung von Selbst- und Fremdbildern

Die Zusammenarbeit in einem Unternehmen, dessen Mitarbeiter aus unterschiedlichen Kulturen kommen, kann schon für die gesamte Belegschaft eine kommunikative Herausforderung werden. Nicht dass es in einem monokulturell besetzten Arbeitsteam keine Spannungen gäbe. Der Unterschied zu den Konfliktsituationen in einem multikulturellen Team besteht jedoch darin, dass die Konflikte viel zu schnell ethnisiert werden.

**Beispiel:** Wer kennt das nicht: Die Entsandten eines deutschen Stammhauses versuchen, in ihrem russischen Tochterunternehmen ein zeitlich befristetes Projekt möglichst bald zum Abschluss zu bringen. Auf die Ergebnisse wird im Stammhaus schon gewartet. Die Entsandten stehen unter Druck, da es bereits eine Terminverschiebung gegeben hat, und befinden sich überdies wegen der Umstellung auf fremdkulturelle Umgebung in einer zusätzlichen Stresssituation. Kurz vor dem Abschlusstermin wird offenkundig, dass ein relativ umfangreicher Teil der Arbeit noch nicht abgeschlossen ist und der Termin wahrscheinlich schwer einzuhalten sein wird. Ein unangenehmes Gespräch, in dem die – aus deutscher Sicht kritische – Lage erörtert werden soll, steht bevor. Der russische Leiter der Arbeitsgruppe wundert sich über die Gereiztheit der deutschen Kollegen und erklärt, dass diesmal der Verzug wegen Krankheit eines Kollegen eingetreten, aber die Arbeit dank Engagement und Verantwortungsbewusstsein aller anderen Mitarbeiter noch rechtzeitig zu schaffen sei. Dennoch eskaliert die Situation und der Meinungs Austausch gipfelt in den gegenseitigen Bezeichnungen des kulturell „Typischen“: Es sei typisch russisch, unzuverlässig, unorganisiert und chaotisch zu arbeiten, und es sei typisch deutsch, unflexibel zu sein, wegen „Peanuts“ Hektik zu verbreiten und dabei immer mit Arroganz zu belehren, wie man's machen soll ... .

Dass man sich in dem „typischen“ Bild nicht wieder erkennen kann bzw. will, ist nachvollziehbar. In unserer individualistischen Kultur ist ohnehin das Bestreben, einmalig, einzigartig, originell, profiliert usw. zu wirken – also „untypisch“ zu sein – besonders stark ausgeprägt. Als Deutscher assoziiert man mit der Typisierung, die aus der fremdkulturellen Perspektive

geschieht (d.h. ein fremdes Heterostereotyp des Deutschen), ohnehin ein zum Bild verdichtetes Sammelsurium von negativen Eigenschaften. Die beobachtete Reaktion darauf ist in der Regel nicht eine Auseinandersetzung, sondern eine akzentuierte Distanzierung, begleitet von der Überzeugung, man wäre unter **den** Deutschen eine glückliche Ausnahme (Rösch 1998). Die Begegnung mit dem positiven Deutschen-Bild im Ausland wird in der Regel zwar als angenehme Überraschung erlebt, ein Bild, das jedoch verpflichtend wirkt und sogar strapazierend sein kann (Rösch 2000).

Die Frage nach dem „Typischen“ muss nicht nur zwangsläufig in den interkulturellen Konfliktsituationen thematisiert werden. Auch in sämtlichen interkulturellen Interaktionen ist das Problem explizit oder implizit präsent. Selbst wenn man als Person „d’rüber“ zu stehen meint, unterliegt man als Vertreter einer Kultur durch die stattfindende Kontrasterfahrung einer kaum vermeidbaren Stereotypisierung. Dabei gilt es, sich stets zu vergegenwärtigen, dass objektive Selbst- und Fremdbilder eigentlich nicht existieren. Sie verraten nur den jeweiligen ethnozentrischen Blickwinkel des Betrachters.

**Beispiel:** „In einer kleinen Tübinger Studie wurden rund fünfzig ausländische Studierende in freien Interviews gebeten, ihre Eindrücke von den Deutschen zu schildern. [...] Mit einer Mischung aus Distanz und Bewunderung stellten die griechischen Gewährsleute fest, dass die Deutschen immer arbeiten wollen, dass sie sich ‚entwertet fühlen‘, wenn sie nicht arbeiten können, und dass sie selbst im – sorgfältig geplanten – Urlaub früh aufstehen, um auf alle Fälle etwas zu tun. Die japanischen Gesprächspartner registrierten dagegen quasi kopfschüttelnd, dass Deutsche (deutsche Studierende nämlich) in den Sommermonaten schon morgens untätig auf einer Wiese lagern“ (Bausinger 2005: 24).

## 2. Inszenierung des Eigenen

Einer Gegenüberstellung von Fremd- und Selbstbildern lässt sich in den interkulturellen Kontaktsituationen kaum entgehen. Jedoch ein im Vergleich zu anderen Kulturen relativ schwaches bzw. labiles Wir-Gefühl der Deutschen, das sowohl auf einen hohen Stellenwert der regionalen Differenzierung (Identität als Sachse bzw. Bayer, als Ost- bzw. Westdeutsche), auf die Geschichte (Zweiter Weltkrieg) und in der Konsequenz auf die Verunsicherung in Bezug auf die (positive) Inszenierung des kulturell Eigenen als auch auf die individualistische Prägung der Gesellschaft zurückgeführt werden kann, macht es den auslandsentsandten Deutschen nicht immer einfach, das „Begebnis“ mit dem vermeintlich typisch Deutschen zu meistern. Die Betroffenen werden bis zu einem gewissen Grade von außen veranlasst, sich mit den Fragen der eigenen nationalen und ethnischen Identität zu beschäftigen und diese Identitäten – in der Fachterminologie ausgedrückt – „in Szene zu setzen“. Schon das Thema allein sorgt schon oft genug für Irritationen und Missstimmung. Es kann für einen Deutschen im Auslandseinsatz leicht zum Problem werden, denn es sind keine vorgegebenen bzw. sicheren „Inszenierungen“ des Nationalen im aktiven Repertoire vorhanden.

**Beispiel:** Es wird oft über eine „spezifische Verweigerungshaltung“ der Deutschen in den internationalen Schulen, Colleges, Kursen oder Ferienlagern berichtet: „Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer planen ein großes Fest und beschließen, dass dabei alle vertretenen Nationen etwas für sie Charakteristisches zur Aufführung bringen sollen. Fast alle sind mit Begeisterung dabei, aber die Deutschen tun sich schwer mit der Vorbereitung. Sie haben, im Gegensatz zu vielen anderen, keine nationale Flagge dabei, sie haben kein Nationalkostüm im Gepäck, und es bieten sich auch nicht ohne weiteres Tänze und Lieder an, die von ihnen selbst und von den anderen als typisch deutsch akzeptiert würden“ (Bausinger 2005: 31).

Das Bewusstsein für die diesbezüglichen Unsicherheiten scheint in Deutschland durchaus vorhanden zu sein. Kulturelle Identität und die damit zusammenhängenden Selbst- und Fremdbilder werden jedoch als Wirkfaktor in der interkulturellen Zusammenarbeit häufig unterschätzt. Aufgrund der deutschen Geschichte ist das Thema „kulturelle Identität“ für Deutsche besonders komplex und problembehaftet. Um in interkulturellen Zusammenhängen sensibel und erfolgreich zu agieren, ist es für Personen, die mit Menschen anderer kultureller Identität zusammen arbeiten dennoch wichtig, auch die eigene kulturelle Identität zu reflektieren, insbesondere gilt das für die Zusammenarbeit mit Osteuropäern (s.u.).

### 3. Identitätsdiskurse

Generell lässt sich feststellen, dass in den letzten Jahren in Deutschland die ethnischen und nationalen Identitätsdiskurse in Wissenschaft<sup>1</sup>, Politik<sup>2</sup> und Gesellschaft<sup>3</sup> allgemein merklich zugenommen haben. „Identität“ sei heute „ein charakteristischer Topos des Nachdenkens über gesellschaftliche wie subjektive Ortsbestimmungen in Europa geworden“ – schreiben Binder/Kaschuba/Niedermüller (2001: 9). Dafür mag es mehrere Gründe geben:

1. In erster Linie sind es die der EU beigetretenen osteuropäischen Staaten sowie Beitrittskandidaten, für die die wirtschaftsjuristische Integration in die EU zugleich eine neue geistig-kulturelle wie politische Verortung in das postmoderne Europa mit sich bringt und die auch uns Deutsche gewissermaßen zu einer konturierteren Identitätspositionierung als Nation veranlassen. Die Identitätsdiskurse dort unterscheiden sich in ihrer Rhetorik, Intensität und Gegenwartsbezogenheit von denen bislang bei uns üblichen (unpolemischen und z.T. eintönigen) Bekenntnissen zu Europa.

2. Ein weiterer Grund ist sicherlich die jüngste Erkenntnis bzw. die „Ent-Täuschung“ darüber, dass das Idealbild von einer multikulturellen Gesellschaft in Deutschland bislang nicht Realität werden konnte. Die öffentliche Kenntnisnahme der Integrationsproblematik und eine deutlichere Wahrnehmung des Islam im eigenen Land hat ein Bedürfnis nach einer Art kultureller Positionierung zur Folge. In diesem Zusammenhang ist ein nationaler Identitätsdiskurs eher als Suche nach einem gesellschaftlichen Konsens zu verstehen. Möglicherweise wird diese Konsenssuche durch die noch

nicht genug internalisierte gesamtdeutsche Identität nach der Wiedervereinigung ebenfalls gefördert.

3. Auch die fortschreitende Globalisierung mit ihrer Öffnung der Grenzen, die zwar neue Chancen bietet, aber zugleich vom „Gefühl der Heimatlosigkeit“ (Dahrendorf 2002: 31) begleitet wird, führt zu einem gesellschaftlichen Wandel, der die Besinnung auf das Eigene bzw. auf die ideelle „Ortsbestimmung“ geradezu nahe legen könnte (vgl. Rösch/Hoerschelmann 2003).

Sicherlich gibt es auch andere Ursachen für das Bedürfnis nach einer Neubestimmung der national-kulturellen Identität in Deutschland. Die Suche nach weiteren Gründen würde den Rahmen dieses Beitrages sprengen. An dieser Stelle soll vor allem festgehalten werden, dass ethnische, kulturelle und nationale Identitäten selbst analog der Wirklichkeit von Selbst- und Fremdbildern immer als ein Ergebnis des Kommunikationsprozesses mit anderen Kulturen und Nationen zu denken und zugleich auch als ein ständiger Entwicklungsprozess zu verstehen sind, ein Prozess, der in Übereinstimmung mit den wirtschaftspolitischen Entwicklungen bzw. mit dem Zeitgeist in jeweils unterschiedlicher Intensität verläuft.

Der neu aufgekommene Identitätsdiskurs in Deutschland wird ziemlich kontrovers geführt und ist bei aller Wichtigkeit seinem Wesen nach jedoch ambivalent. Das vermag sowohl für die Expatriates als auch für jeden einzelnen hierzulande eher verunsichernd als unterstützend wirken. Und nicht nur die inhaltliche Seite des Diskurses, sondern allein schon dessen Existenz ruft bei vielen Deutschen Unbehagen hervor:

**Beispiel:** „Es muss erstaunen, dass das Gerede von der ‚nationalen Identität‘, das vom rückwärtsgewandten Gemurmel rechter Ideologen ausging, inzwischen in der Mitte der Gesellschaft unbefragt akzeptiert und sowohl im mediopolitischen wie im Alltagsdiskurs reproduziert wird. Im wissenschaftlichen Diskurs ist ihm längst die Totenglocke geläutet“ (Schobert/Jäger: Vorwort).

Vergleicht man die Identitätsdiskurse z.B. in Ost-Europa, so entsteht der Eindruck, dass diese zwar oft in ähnlicher Terminologie, aber in unterschiedlich besetzter Begrifflichkeit geführt werden, wobei auch die Diskursführung als solche (s.o. Zitat) differierenden Interpretationsmustern unterliegt. Dies alles kann ebenfalls zu kulturellen Missverständnissen in der interkulturellen Zusammenarbeit führen.

**Beispiel:** Deutsche und Polen führen hinsichtlich der Identität (schon allein aus historischer Perspektive heraus) unterschiedliche politische Diskurse im gleichen Kontext der Europäischen Union (vgl. Rösch 2004):

<b>Identitätsdiskurs</b>	
<b>Deutschland</b>	<b>Polen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Absage an das überlieferte kollektive ‚nationale‘ Kulturverständnis“, postnationale Republik“ bzw. „Entscheidung für eine individualistische republikanische Kultur“ (vgl. Oberhöfer 2000: 162).</li> <li>• Entemotionalisierung der Thematik Staat, Nation, Volk usw. in Deutschland.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entfaltung und Stärkung des nationalen Bewusstseins angesichts des EU-Beitritts:</li> <li>• So Reiter (2003): „... alle, die hofften, eine europäische Identität könnte die nationale ersetzen, haben sich getäuscht“.</li> <li>• Vergleichsweise emotionaler Umgang mit den gleichen Begriffen in Polen</li> </ul>
<b>Identitätsdarstellung</b>	
<b>Deutschland</b>	<b>Polen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destruktion des Traditionell-Nationalen.</li> <li>• Wertewandel zugunsten eines wirtschaftlichen Pragmatismus und zunehmende Rücksicht auf die Stimmen der Nachbarn (vgl. Wolff-Poweska 2003).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vaterlandsliebe.</li> <li>• „Patriotismus, der den Deutschen in seinem Charakter, seiner Zelebrierung wie emotionaler Überhöhung kaum verständlich ist“ (vgl. Wolff-Poweska 2003).</li> </ul>

#### 4. Funktionale Perspektive der kulturellen Identität

Die kulturelle Identität ist bekanntlich ein multidimensionales Konstrukt, das sich aus mehreren „fraktalen“ Identitäten zu einem Gesamtbild zusammenfügt und emotionale Komponenten enthält. So drückt z.B. der Begriff „Heimat“ die emotionale Bewertung der räumlichen Ausschnitte der Umwelt aus. Zur Ausbildung der Identität trägt das gesamte soziokulturelle, politisch-ideologische wie konsumptive Umfeld des Individuums bei (Luger 1999: 333 ff.). Die kulturelle Identität ist durch mindestens zweifache Funktionalität gekennzeichnet: durch integrierende („nach innen“) und distinktive („nach außen“) Funktionen<sup>4</sup>. In ihrer Gerichtetheit nach innen erlaubt sie einem Individuum, die Wertevorstellungen mit der eigenen Kulturgemeinschaft zu teilen und deren Verhaltensnormen und Lebensart als „richtig“ zu akzeptieren. Hier liegt der Fokus eher auf dem Ethnischen. In ihrer distinktiven Funktion bietet die Identität dem Individuum eine Art „Stützpunkt“, von dem aus es sich nach außen als Mitglied einer Kulturgemeinschaft bzw. eines Staates positionieren bzw. abgrenzen und schließlich „in Szene“ setzen kann. Hier verschiebt sich der Akzent zum Nationalen hin.

Der bewusste wie selbstbewusste Umgang mit den beiden Seiten der eigenen kulturellen Identität spielt sowohl in der Praxis der interkulturellen Zusammenarbeit und vor allem in den kulturspezifischen Interkulturellen Trainings eine nicht zu unterschätzende Rolle. Denn der erste Lernschritt beim Verstehen des Fremden ist die Reflexion des Eigenen. Kulturelle (ethnische bis nationale) Identität hat jeder, unabhängig davon, ob sie stark oder schwach ausgeprägt ist, ob man darüber spricht oder nicht bzw. ob es als politisch korrekt oder unkorrekt gilt, darüber zu sprechen. Auch in der Rolle des interkulturellen Trainers und Beraters sollte man sich schon im Vorfeld mit der eigenen kulturellen Identität auseinandersetzen. Denn wie

die Lernenden bzw. Klienten sind auch die Lehrenden nicht kulturfrei, sondern geprägt von ihrer Sozialisation in einer bestimmten kulturellen Umwelt.

Im Rahmen des Hochschulfaches Interkulturelle Kommunikation wird die Frage der Reflexion über die eigene kulturelle (ethnische und nationale) Identität vor allem im Zusammenhang mit dem Themenkomplex „Das Fremde und das Eigene“ behandelt. Der Themenschwerpunkt „Kulturelle Identität“ bedarf jedoch einer weiteren Entwicklung unter methodisch-didaktischen Aspekten, um in der Realität eines Ergänzungsfaches Interkulturelle Kommunikation speziell an Fachhochschulen sowohl die kognitiven als auch die affektiven Lernwege zu optimieren.

## LITERATURVERZEICHNIS

Bausinger, Hermann (2005):

*Typisch deutsch – Wie deutsch sind die Deutschen?*, 4. Auflage, München: Beck.

Binder, Beate, Kaschuba, Wolfgang & Niedermüller, Peter (Hrg.) (2001):

*Inszenierung des Nationalen: Geschichte, Kultur und die Politik der Identitäten am Ende des 20. Jahrhunderts*, Köln usw.: Böhlau.

Dahrendorf, Ralf (2002):

Welt ohne Halt. In: *Universitas*, 1/2002, 23-41.

Gamm, Hans-Jochen (2001):

*Deutsche Identität in Europa*, Münster usw.: Waxmann. (Lernen für Europa; 8)

Luger, Kurt (1999):

Interkulturelle Kommunikation und kulturelle Identität im globalen Zeitalter. In: Rudi Renger & Gabriele Siegert (Hrg.), *Kommunikationswelten: Wissenschaftliche Perspektiven zur Medien- und Informationsgesellschaft*, 2., korrigierte Aufl., Innsbruck/Wien: Studien-Verlag, 317-345. (Beiträge zur Medien- und Kommunikationsgesellschaft; 1)

Meyer, Thomas (2004):

*Die Identität Europas: Der EU eine Seele?* Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Oberhöfer, Dieter (2000):

Deutschland ein Mythos? Von der nationalen zur postnationalen Republik. In: Yves Bizeul (Hrsg.), *Politische Mythen und Rituale in Deutschland, Frankreich und Polen*, Berlin: Duncker & Humblot, 161-196. (Ordo Politicus; 34)

Reiter, Januzs (2003):

Interview: Vom Westen weht ein Wind des Egoismus – Polens EU-Position. In: *Spiegel Online*. Webseite <<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,279018,00.html>> (Verifiziert am 19.12.2005)

Rösch, Olga (1998):

Mit Stereotypen leben? Wie Deutsche und Russen sich heute sehen. In: O. Rösch (Hrsg.), *Interkulturelle Kommunikation in den Geschäftsbeziehungen zwischen Russen und Deutschen*, Berlin: News & Media, 51-64. (Wildauer Schriftenreihe Interkulturelle Kommunikation; 1)

Rösch, Olga (2000):

Alles beim Alten? Ergebnisse einer Befragung der polnischen Studenten. In: O. Rösch (Hrsg.), *Stereotypisierung des Fremden: Auswirkungen in der Kommunikation*, Berlin: News & Media, 207-222. (Wildauer Schriftenreihe Interkulturelle Kommunikation; 4)

Rösch, Olga (2004):

Neue Identität Polens. In: Armin Triebel (Hrg.), *Identitäten und interkulturelle Verständigung im Wirtschaftsleben: Beiträge der SSIP-Tagung in Potsdam am 27.09.2003*, Berlin: SSIP, 56-62. (SSIP-Mitteilungen; Sonderheft 1)

Rösch, Olga/Hoerschelmann, Axel von (2003):

Über kulturelle Grenzen – Nachdenken vor der EU-Erweiterung. In: O. Rösch & A. v. Hoerschelmann (Hrg.), *Osterweiterung der Europäischen Union und kulturelle Grenzen*, Berlin: News & Media, 8-18. (Interkulturelle Verständigung mit Mittel- und Osteuropa; 1)

Schobert, Afred/Jäger, Siegfried (Hrg.) (2001):

*Mythos Identität: Konstrukt mit Folgen*. Hrg. unter der Mitarbeit von Frank Wichert, Münster: Unrast. (Edition DISS; 6)

Hier aus dem Vorwort ("Mythos Identität: Fiktion mit Folgen") zitiert nach der Webseite: <<http://www.unrast-verlag.de/unrast,3,0,212.html>> (Verifiziert am 19.12.2005)

Wolff-Poweska, Anna (2003): Vergiss, wenn du vergessen kannst. In: *Freitag*, 51, Webseite: <[www.freitag.de/2003/51/03510801.php](http://www.freitag.de/2003/51/03510801.php)> (Verifiziert am 19.12.2005)

*Prof. Dr. Olga Rösch* (homepage: <http://www.tfh-wildau.de/roesch/welcome.html>, E-mail: [roesch@sprz.tfh-wildau.de](mailto:roesch@sprz.tfh-wildau.de)) ist Professorin für Interkulturelle Kommunikation und Leiterin des Instituts für Interkulturelle Kommunikation des TWZ im Fachbereich Ingenieurwesen/Wirtschaftsingenieurwesen der Technischen Fachhochschule Wildau, Bahnhofstraße 1, 15745 Wildau, Tel.: 03375/508-367, Fax: -368.

---

**CultureScan, Jahrgang 5, Nr. 8, Dezember 2005:**

**Olga Rösch, Kulturelle Identität als (Problem)Thema in der Praxis**

© Olga Rösch 2005.

---

<sup>1</sup> z.B.: Binder/Kaschuba/Niedermüller (Hrg.) (2001), Gamm (2001), Meyer (2004), Triebel (Hrg.) (2004) u.a.

<sup>2</sup> Vgl. z.B. die kürzlich versuchte Debatte über Patriotismus im Deutschen Bundestag, die noch vor ca. 10 Jahren von der deutschen Öffentlichkeit eher als vermessen wahrgenommen wäre.

<sup>3</sup> z. B. das 17. Heidelberger Studentensymposium „Identität in Deutschland – Selbstverständnis einer Nation“ in Zusammenarbeit mit dem Heidelberger Club für Wirtschaft und Kultur e.V. im April 2005 unter der Schirmherrschaft von Prof. Dr. Gesine Schwan und Prof. Dr. h. c. Lothar Späth.

<sup>4</sup> Die Bezeichnungen „nach innen und „nach außen“ finden sich bei Luger (vgl. ebd.).