

Tine Maier und Martina Backes:

„Stolpersteine in der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit“

**Seminarkonzept zum Wochenendseminar der Weltläden Hessen und Arbeit und
Leben Hessen**

04.-05.04.08

Ökumenische Werkstatt Langenselbold

Kontakt:

Tine Maier: tinem_98@yahoo.com

Martina Backes: martina.backes@planet-interkom.de (0761 – 6965196)

Aktion Dritte Welt e.V. / iz3w

Kronenstr. 16a

79100 Freiburg

Tel.: 0761-74003

abo@iz3w.org

redaktion@iz3w.org

Seminarplan

Freitag

15 Uhr	Begrüßungsrunde Warm-Up: Intuition oder Vorurteil
20 min	Einführung: Stolpersteine in der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit Vorstellung des Seminarverlaufs
30 min	Methode: „Was bin ich“
25 min	Input 1: Konstruktion von Differenz Stereotype - Vorurteile - Rassismus
15 min	PAUSE
45 min	Methode: Reisespiegel
25 min	Input 2: Kulturalistische Bilder des Tourismus - koloniale Bilderwelten und Kontinuität der Blicke
30 min	Methode: Zitate Mix
18.30-19.30	Abendessen
	offene Fragerunde
	Weiß-Sein: Wie und wo wurde das Weiß-Sein (zum ersten Mal) erlebt?
	Methode: Bilderanalysen
	Survive Berlin: Eigenes - Fremdes / Going Native

Samstag

9.30 Uhr	Antwortrunde
15 min	Sammlung Stolpersteine in der großen Runde
15 min	Bewegungsspiel: „Alle meine FreundInnen...“
60 min	Stolpersteine-Stationen Arbeit in 3 Gruppen, die an 3 „Stolpersteine-Stationen“ rotieren und Lösungswege finden. Jede Station wird von 2 TeilnehmerInnen betreut, die anschließend die Ergebnisse in der großen Runde präsentieren
15 min	Pause
Ca 1,5-2 Stunden	Methode: Wer eine Gewerkschaft gründen will, fliegt raus! - Sportartikelindustrie

Methode: Intuition oder Vorurteil

Die TeilnehmerInnen stellen sich in einem inneren und einem äußeren Kreis gegenüber, es werden jeweils die Fragen gestellt und die Antworten ausgetauscht, dann geht der innere Kreis je einen Schritt weiter, so lange, bis die Runde einmal durch ist.

Fragen:

- Wie viele Geschwister hat deinE PartnerIn?
- Welche Tageszeitung liest deinE PartnerIn?
- Welche Musik hört deinE PartnerIn?
- Hat deinE PartnerIn schon einmal eine Pauschalreise gemacht?
- Ist deinE PartnerIn einE RomantikerIn?
- Welchen Kinofilm hat deinE PartnerIn zuletzt gesehen?
- Geht deinE PartnerIn gerne wandern?
- Mag deinE PartnerIn lieber Hunde oder lieber Katzen?
- War deinE PartnerIn schon einmal Bungee-Jumpen oder würde er/sie es tun?
- Ist deinE PartnerIn einE guteR TänzerIn?
- War deinE PartnerIn einmal KlassensprecherIn?
- Besitzt deinE PartnerIn ein Didgeridoo?

Auswertung:

- Wie häufig habe ich mit meinen Vermutungen richtig gelegen?
- Wie bin ich zu meinen Vermutungen gelangt?
- Welche Hinweise hat mir das äußere Erscheinungsbild meines Partners gegeben?
- An welcher Stelle habe ich mich von einem Vorurteil leiten lassen?
- Kann ich Männer oder Frauen besser einschätzen?

Tine Maier:
Stolpersteine in der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit

„Ein täglicher Kampf mit dem Tod. Afrika ist ein Land mit verschiedenen Kulturen und Stämmen. Es ist nicht nur ein Land mit Sonne und Meer, es gib auch Regionen in denen große Dürre und Wasserknappheit herrscht. Meine ersten Gedanken zu Afrika waren: Überbevölkerung, Wasserknappheit, Seuchen und Epidemien, sengende Hitze, Krieg, Unterdrückung, Rassenhass, Voodoo, Aids, alle möglichen Krankheiten, Dschungel, Wüste, Steppe, Nelson Mandela, Unicef, Somalia, Kindersterben, Palmen, Hütten, Stämme, Rituale, Farbige, in einigen Gebieten unzivilisiertes Leben, Gebräuche jeder Art, Unterernährung , Sphinx. Man kann noch viel mehr über dieses Land sagen, aber der Kontinent Afrika behält wohl immer einen nicht so guten Ruf, Es gibt aber auch Gutes in dem Land.“
(17-jähriger Schüler beim Projekt ‚Was fällt dir ein zu Afrika 1992-94‘)

„Afrika ist ein Kontinent, der südwestlich von Europa liegt...Viele Leute sind dort sehr arm. Oftmals müssen Kinder klauen, um überleben zu können. Sehr viele Menschen verhungern. In Afrika gibt es viel Wüste. Dort leben auch Elefanten, Löwen, Nashörner. Schulen gibt es dort überhaupt nicht. Wenn es welche geben würde, könnten viele Kinder wahrscheinlich trotzdem nicht hingehen, denn sie müssen Geld verdienen. Viele Kinder leben auf der Straße, denn ihre Eltern haben sie zu hause rausgeschmissen, weil nicht genug zu essen da war. Es gibt auch sehr viele Kinder, die für reiche weiße Leute Drogen verkaufen. Afrikanische Kinder müssen oft schon mit 8 Jahren den Haushalt schmeißen. Lehmhütten und Strohdächer sind schon fast Luxuswohnungen. Zum Glück gibt es schon Organisationen, die probieren (und auch mit großem Erfolg) den Menschen dort helfen Denn es kann ja nicht richtig sein, dass wir im Überfluss leben, während woanders die Menschen elendig verhungern müssen.“
(Mädchen, 11 Jahre, Gymnasium)

Die voran gestellten Zitate sind dem SchülerInnen-Projekt „Was fällt dir ein zu Afrika“ entnommen und verweisen auf Schwierigkeiten und Stolpersteine, denen wir in der entwicklungspolitischen, interkulturellen und antirassistischen Bildungsarbeit begegnen können. Obwohl die SchülerInnen sich scheinbar um eine differenzierte Sicht der Dinge bemühen („Es gibt aber auch Gutes in dem Land“) und auch versuchen, einen Zusammenhang zwischen Nord und Süd herzustellen („es kann ja nicht richtig sein, dass wir im Überfluss leben, während woanders die Menschen elendig verhungern müssen“), reproduzieren beide zahlreiche Vorurteile und Stereotype, die in Bezug auf den afrikanischen Kontinent allgegenwärtig sind. „Überbevölkerung, Wasserknappheit, Seuchen und Epidemien, sengende Hitze, Krieg, Unterdrückung, Rassenhass, Voodoo, Aids, alle möglichen Krankheiten, Dschungel, Wüste, Steppe, Nelson Mandela, Unicef, Somalia, Kindersterben, Palmen, Hütten, Stämme, Rituale, Farbige, in einigen Gebieten unzivilisiertes Leben, Gebräuche jeder Art, Unterernährung , Sphinx.“ - die Aufzählung des Schülers entspricht mit Sicherheit ziemlich genau dem, was vielen Menschen spontan zu Afrika einfallen würde. Die Allgegenwart der immer ähnlichen Bilder und Themen nicht nur in Filmen, Reportagen und Tageszeitungen, sondern auch in Schulbüchern und Bildungsmaterialien erzeugt ein „gefühltes Wissen“, auf das nicht nur Schülerinnen und Schüler zurückgreifen, sondern das zum Kernbestand westlicher Vorstellungswelten gehört.

Wie entstehen diese Bilder und wie kommt es, dass sie uns so eingängig sind? Um das verstehen zu können, ist es wichtig, eine historische Perspektive einzunehmen. Erst wenn wir unsere Vorstellungen und Wissensbestände in den Kontext des Kolonialismus einerseits und der Aufklärung andererseits stellen, erschließt sich ihre Bedeutung und ihre Funktion.

Aufklärung kann als ein dialektischer Prozess beschrieben werden, in dem die zunehmende Erklärbarkeit und Beherrschung der Welt erkaufte wird, mit einer zunehmenden Disziplinierung des Selbst und der Verabsolutierung von Herrschaftsverhältnissen. Diesem Prozess der Disziplinierung und (Selbst-) Beherrschung fällt zum Opfer, was sich nicht einordnen lässt, was der Vernunft nicht zugänglich erscheint. Wildheit, Unzivilisiertheit, Emotionalität, Begehren, Aberglaube – das sind Impulse, für die es in einer aufgeklärten Welt keinen Platz gibt und deren Abspaltung auch durch Projektion gelingt.

Wenn im Zuge des Kolonialismus die unterworfenen Kontinente, Länder und Menschen zur Projektionsfläche wurden, dann diente dies sowohl der Herrschaftslegitimation als auch der Selbstvergewisserung. Der Kolonialismus vollzog eine Trennung in „wir“ und „sie“ – der zivilisierten, aufgeklärten Welt stellte er die unzivilisierte, wilde, barbarische gegenüber. Damit rechtfertigte er nicht nur deren „Eroberung“, sondern etablierte zugleich auch die Überzeugung der „Überlegenheit“ der eigenen Lebensweise. Die im kolonialen Kontext entstanden und weiter getragenen Bilder und Vorstellungen beeinflussen bis heute unser Selbstbild ebenso wie unser Bild vom „Fremden“ und „Anderen“. Eine kritische und selbstreflexive Auseinandersetzung mit den „Stolpersteinen der interkulturellen und entwicklungspolitischen Bildungsarbeit“ erfordert also immer auch eine Einbeziehung dieser Vorgeschichte, ist also in diesem Sinne immer auch eine (post-)koloniale Auseinandersetzung.

Wir alle Teil sind dieser Gesellschaft und sind durch ihre Geschichte, ihre Strukturen und kulturellen Codes geprägt. Es gibt keinen objektiven Standpunkt außerhalb, der sich diesen Zusammenhängen entziehen kann. Es kann also in der Bildungsarbeit nicht darum gehen, ein Ideal der Objektivität anzustreben, sondern vielmehr darum, die Kontextgebundenheit der eigenen Perspektive und der eigenen Standpunkte in die Arbeit aufzunehmen und zu reflektieren. Eine solche Herangehensweise nimmt nicht nur Einfluss auf die Lerninhalte, die vermittelt werden sollen, sondern verändert auch das Verhältnis von Lehrenden und Lernenden. Die Notwendigkeit zur Selbstreflexion ist nicht nur eine Anforderung, die wir an Schülerinnen und Schüler richten, sondern sie verlangt auch von uns die Bereitschaft, unser eigenes Wissen und unsere eigenen Überzeugungen kritisch zu hinterfragen und zu verändern. Das heißt, dass wir auch unseren eigenen Bildungsansätzen und -inhalten gegenüber kritisch bleiben müssen – wir müssen Stolpersteine aufspüren und uns Wege und Strategien überlegen, wie wir diese vermeiden können. Diese Stolpersteine können uns in unterschiedlichen Formen begegnen und sie können den besten Absichten entspringen. Gerade weil es nicht allein die gute Absicht ist, die alle Stolpersteine aus dem Weg räumt, ist es wichtig, dass wir uns mit den Grundlagen der Bildungsansätze, der verwendeten Methoden und Bilder, der Sprache und der Lernziele beschäftigen.

Einen Anstoß dazu möchten wir auch mit diesem Seminar geben, gemeinsam mit euch möchten wir Stolpersteine der interkulturellen und entwicklungspolitischen Bildungsarbeit aufspüren und uns über Umgangsweisen Gedanken machen. Wir denken, dass es dazu sinnvoll ist, die Ansätze der interkulturellen und der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit mit einer antirassistischen Perspektive zu verknüpfen.

Eine solche Verknüpfung bietet sich an, weil die Ansätze bei allen Unterschieden und vielleicht auch Gegensätzlichkeiten eine wichtige Gemeinsamkeit haben: sie alle beschäftigen sich mit Beziehungen und Begegnungen von „dem Eigenen“ und „dem Fremden“ und damit, wie sich diese Beziehungen und Begegnungen in einer globalisierten Welt gestalten und gestalten lassen. Dabei gehen die verschiedenen Ansätze jedoch von unterschiedlichen Fragestellungen aus, nehmen andere Blickwinkel ein und verfolgen teilweise andere Zielsetzungen, trotzdem können sie sich gut ergänzen. Die Unterscheidung der Ansätze ist nicht statisch, es gibt Überschneidungen und Definitionsspielräume, trotzdem erscheint es als Arbeitsgrundlage sinnvoll, kurz eine Gegenüberstellung zu skizzieren:

Die interkulturelle Bildungsarbeit geht in der Regel vom Einzelnen und seinem Umgang mit „dem Fremden“ aus. Es geht vor allem um die Förderung individueller interkultureller Kompetenz, den Abbau von Vorurteilen, die aus Angst und Unkenntnis im Bezug auf „das Fremde“ entstehen. Es soll ein interkultureller Umgang erlernt werden, der Differenz respektiert und Toleranz fördert. Während in der interkulturellen Bildungsarbeit also der Einzelne und seine Verortung in einem kulturellen Umfeld in den Blick genommen wird, geht die entwicklungspolitische Bildungsarbeit von weltweiten Abhängigkeits- und Ungleichheitsverhältnissen aus. Ziel dieses Bildungsansatzes ist vor allem, die Lebensbedingungen der Menschen „im Süden“ zu verbessern, dies soll auch indirekt, über Bildung und Aufklärung „im Norden“ geschehen. Ziel der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit, des „Globalen Lernens“ ist es, die Menschen fit zu machen, für einen Prozess der Globalisierung, der unaufhaltsam erscheint. Der antirassistische Bildungsansatz bringt die Perspektiven beider Ansätze zusammen, indem er nach dem Zusammenspiel von gesellschaftlichen Strukturen und individuellen Handlungsspielräumen fragt. Rassismus, Ausgrenzung und Herrschaft werden als gesellschaftliche Strukturen verstanden, die einerseits das Bewusstsein und das Verhalten der Einzelnen prägen, andererseits werden diese Strukturen auch durch die alltägliche Praxis aller Einzelnen reproduziert. Damit entsteht die Möglichkeit, die eingangs eingeforderte „historische Perspektive“ einzulösen und Strukturen und Zuschreibungen als historisch entstandene, kontingente Konstruktionen zu erkennen.

Damit habe ich sehr grob die Themen und Spannungsfelder skizziert, mit denen wir uns in diesem Seminar beschäftigen möchten. In einer Mischung aus Inputs und Methoden möchten wir mit euch Stolpersteine der interkulturellen, entwicklungspolitischen und antirassistischen Bildungsarbeit aufspüren und uns über Lösungen und Alternativen Gedanken machen. Wir werden uns mit der Konstruktion von Differenz beschäftigen und mit den Kontinuitäten und kolonialer und touristischer Bilderwelten. Es geht um Bilder und Vorstellungen, denen wir in der Bildungsarbeit begegnen und solche, die wir selbst im Kopf haben. Einige der Methoden werdet ihr kennen, andere bieten vielleicht neue Anregungen, wir freuen uns auf jeden Fall auch über kritische oder kreative Anmerkungen eurerseits.

Methode: Was bin ich?

Ablauf:

Alle TeilnehmerInnen bekommen mit einem Aufkleber eine neue Identität auf die Stirn geheftet, die sie nicht kennen dürfen. Die TeilnehmerInnen bewegen sich im Raum, und kommen mit anderen ins Gespräch. Es folgt eine kurze Gesprächsanweisung, dann beginnt die Unterhaltung.

Identitäts-Karten:

wichtige Persönlichkeit, kann nicht deutsch sprechen, arrogant, Chef, sympathisch, französische Arbeitsmigrantin, blind, türkischer Tourist, Rabbi, Außenseiterin, Popstar, schüchtern, Flüchtling, unsympathisch, HipHopper
senegalesischer Außenminister, Obdachloser, attraktiv, Vorgesetzte, russischer Austausch-Schüler, Fußball-NationalspielerIn, Punker

Gesprächsvorgaben:

Begrüßt euch bitte - Unterhaltet euch über das Wetter - Stellt euch an zwei gegenüberliegenden Ecken des Raumes in Gruppen an eine „Bushaltestelle“ - Unterhaltet euch über Fair-Trade-Produkte - Unterhaltet euch über Tourismus - Verabschiedet euch

Auswertung:

Nach mehreren kurzen Gesprächen kommen alle in der großen Runde zusammen und überlegen, was auf ihrem Aufkleber gestanden hat. Danach die Aufkleber abnehmen und die Rollen „abschütteln“

- Wie habt ihr euch gefühlt? Wie war das für dich? (bei jemandem mit einer schwachen Rolle anfangen)
- Wie hat sich mein Verhalten in der Rolle geändert?
- Wie hat sich das Verhalten der anderen geändert?
- Sind euch Dynamiken im Gruppenverhalten aufgefallen (wurden Schwache immer schwächer und Starke immer Stärker)
- Welche Funktionen haben Vorurteile und Feindbilder in den gespielten Situationen

**Tine Maier:
Konstruktion von Differenz
Stereotype, Vorurteile, Rassismus**

Wir alle haben Klischees im Kopf – vereinfachte Bilder und Vorstellungen, die so oft gehört und reproduziert wurden, dass sie unser Denken und unsere Sprache (mit-)strukturieren, auch wenn wir das nicht möchten. Auch wenn wir uns um eine (selbst-)kritische, differenzierte und antirassistische Perspektive bemühen, tritt sicher jede und jeder häufig in die Klischee-Falle. Wir lassen uns in unserem Denken und Handeln von Vorannahmen leiten, wir begegnen unserem Gegenüber anders, je nach dem ob Mann oder Frau, alt oder jung, je nach angenommenem Bildungsgrad und auch angenommener Herkunft. Sprechen wir mit einer französischen Arbeitsmigrantin oder mit unserer Vorgesetzten? Spricht uns ein Popstar an oder ein Obdachloser? Ist der Gesprächspartner Student oder Arbeiter, hat die Person einen Migrationshintergrund? Wer ist homo- und wer heterosexuell?

Das mag zunächst in vielen Fällen unproblematisch erscheinen, schließlich sind die Menschen ja auch verschieden – es wäre doch bestimmt nicht wünschenswert, wenn wir alle unser Mitmenschen auf dieselbe Art wahrnehmen würden. So lautet auch ein häufiges Argument, dass nicht die Differenz an sich das Problem sei, sondern allein die Wertung dieser Differenz. Das klingt erstmal überzeugend. Auf den zweiten Blick werden bei dieser Argumentation aber mehrere Probleme erkennbar:

Die erste Schwierigkeit hängt damit zusammen, dass niemand sich außerhalb der gesellschaftlichen Strukturen bewegen kann. Unsere Gesellschaft ist hierarchisch strukturiert, das heißt, sie basiert auf Ungleichheit und Wertigkeit. Ihre Ordnungs- und Ausgrenzungsmechanismen sind beispielsweise patriarchal und rassistisch und diese Strukturen lassen sich nicht allein durch guten Willen oder antirassistische Absicht außer Kraft setzen. Das bedeutet aber, dass ein wertfreier Umgang mit Differenz innerhalb einer solchen Gesellschaft schwer vorstellbar ist. Dazu werde ich noch kommen, wenn es um das „Leben in einer rassistischen Gesellschaft“ geht. Das Problem geht aber noch tiefer und berührt nicht nur die Frage der Wertigkeit, sondern bereits die der Kategorien selbst. Was zunächst als die unproblematischer Wahrnehmung von Differenz erscheint, als vermeintlich neutrale Fragen nach Geschlecht, beruflicher Tätigkeit, sexuellem Begehren oder Herkunft, erweist sich nämlich bei genauerer Betrachtung als Rückgriff auf gesellschaftliche Kategorien. Diese sind jedoch so tief verinnerlicht, dass sie häufig überhaupt nicht mehr als solche erkannt werden. Viele dieser Kategorien erscheinen uns natürlich, wie zum Beispiel das Geschlecht oder das sexuelle Begehren. Dass sich dahinter eines der wirkmächtigsten Ordnungsprinzipien unserer Gesellschaft verbirgt, nämlich das der Heteronormativität, kommt eigentlich nur dann zu Bewusstsein, wenn Menschen die Grenzen der Kategorie Geschlecht verletzen und übertreten. Dass es sich bei der Frage der Nationalität oder der „kulturellen Herkunft“ um gesellschaftliche Zuordnungen handelt, ist vielleicht nicht so schwierig nachzuvollziehen, aber wie verhält es sich mit der Frage nach dem Beruf? Kommt im Interesse nach dem Beruf, den ein Mensch ausübt nicht auch unmittelbar ein Interesse an seiner Person zum Ausdruck, an einem wichtigen Bereich seines Lebens, daran, womit er sich beschäftigt? Das mag sein. Trotzdem ändert das nichts daran, dass auch Arbeit eine gesellschaftliche Kategorie ist und welcher Stellenwert ihr beigemessen wird, ist nicht individuell sondern gesellschaftlich festgelegt. Eine Freundin, die seit längerem in Spanien lebt, erzählte mir neulich, dass sie von vielen Leuten, die sie dort kennt, darunter auch solche, die zu ihrem engeren Umfeld gehören, nicht weiß, was diese beruflich treiben. Etwas, das wir beide für unser hiesiges Umfeld nicht vorstellen

konnten. Alle diese Beispiele sollen eigentlich nur verdeutlichen, dass die Art und Weise, wie die Kategorien der Differenz hergestellt werden, bereits eine gesellschaftliche Dimension und damit auch eine gesellschaftliche Wertung enthalten.

Daraus ergibt sich ein weiteres Problem, dass mit der „wertfreien Anerkennung von Differenz“ verbunden ist, dass es nämlich in Wahrheit nicht um die Wahrnehmung und Anerkennung von Unterschieden und Besonderheiten geht, sondern um deren Einebnung. Indem ich den anderen Menschen in eine der gesellschaftlich angebotenen Kategorien einordne, nehme ich ihn oder sie ja gerade nicht als individuelle Persönlichkeit in ihrer Einzigartigkeit und Besonderheit wahr, sondern ich identifiziere sie in und mit vorgegebenen Kategorien. Es ist in etwa wie beim Kleinen Prinzen, wenn er feststellt:

"Die großen Leute haben eine Vorliebe für Zahlen. Wenn ihr ihnen von einem neuen Freund erzählt, befragen sie euch nie über das Wesentliche.

Sie fragen euch nie: Wie ist der Klang seiner Stimme? Welche Spiele liebt er am meisten? Sammelt er Schmetterlinge?

Sie fragen euch. Wie alt ist er? Wie viele Brüder hat er? Wie viel wiegt er? Wie viel verdient sein Vater? Dann erst glauben sie ihn zu kennen."

Mit der Feststellung, dass die auch wertneutral erscheinende Einordnungen und Unterscheidungen nicht natürlich gegeben sind, sondern das Ergebnis eines gesellschaftlichen Differenzierungsprozesses, in dem sich die Strukturen, Wertungen und Ausgrenzungsmechanismen der Gesellschaft widerspiegeln, sind wir der Frage nach der Konstruktion von Differenz schon ziemlich weit auf der Spur. Und obwohl die Gesellschaftlichkeit ein Grundprinzip ist, das bei allen Formen der Unterscheidung zum Tragen kommt, sind sich diese nicht alle gleich – hier muss *differenziert* werden. Die Fähigkeit zu trennen und zu ordnen ist notwendig in der Wahrnehmung und Verarbeitung einer komplexen Umwelt. Aber nicht jede Einordnung ist ein Klischee, nicht jedes Klischee verhärtet sich zum Vorurteil und nicht jedes Vorurteil wird auch zum Feindbild.

Klischees sind kurz gesagt überstrapazierte Bilder und Redewendungen, vereinfachte Vorstellungen, die häufig auf einer rein sprachlichen Ebene angesiedelt sind und auf die Menschen auch zurückgreifen, wenn sie nicht in den Bereich der Überzeugungen fallen – so zum Beispiel in der Redewendung „pünktlich wie ein Maurer“. Etwas anders verhält es sich schon mit der sprichwörtlichen „deutschen Pünktlichkeit“ – diese ist schon nicht mehr auf der rein sprachlichen Ebene angesiedelt, sondern es handelt sich um eine stereotype Zuschreibung mit der eine bestimmte generelle Verhaltenserwartung verknüpft ist („Die Deutschen sind pünktlich“). Ausnahmen dienen in solchen Fällen eher noch dazu, die Regel zu bestätigen. Aus solchen Stereotypen entstehen Vorurteile, nämlich wenn bei einem Menschen auf Grund eines bestimmten Merkmals (in diesem Fall die deutsche Staatsangehörigkeit) auf eine Eigenschaft geschlossen wird (die Person ist pünktlich). Vorurteile sind häufig, aber keineswegs immer negativ besetzt, sie kommen auch in der „Lebensfreude der BrasilianerInnen“ oder im „besonderen Rhythmusgefühl der Schwarzen“ zum Ausdruck. Viele Vorurteile sind rassistisch, das muss aber natürlich nicht der Fall sein, sie können sich ebenso gut auf Frauen, Männer, Jugendliche, Alte oder Grünhaarige beziehen. Wenn Menschen auf Grund von Vorurteilen ausgegrenzt oder benachteiligt werden, dann ist das Diskriminierung. Von Rassismus sprechen wir dann, wenn Menschen auf Grund ihrer Hautfarbe, Nationalität, Herkunft oder Kultur ausgegrenzt oder benachteiligt werden.

Es gibt eine Vielzahl von Erklärungsansätzen, die sich mit der Frage beschäftigen, was Rassismus ist, wo er herkommt und wie er zu bekämpfen sei. Wenn man von versuchen absieht, den Rassismus als anthropologisch konstante „Angst vor dem Fremden“ zu deuten, unterscheiden sich die Ansätze zunächst, weil sie unterschiedliche Antworten geben auf die Frage, wer die Henne sei und wer das Ei. In diesem Fall heißt die Frage, ob Rassismus das Ergebnis von Vorurteilen ist oder ob Vorurteile eine Folge des Rassismus sind. Die individualpsychologische Herangehensweise konzentriert sich auf Vorurteile und rassistisches Verhalten Einzelner. Rassismus erscheint dann als individuelle Fehlleistung, also als Abweichung von der gesellschaftlichen Norm, der mit Therapie und Strafe zu begegnen sei. Ökonomisch und sozialpsychologisch orientierte Erklärungsansätze gehen umgekehrt davon aus, dass es die gesellschaftlichen Verhältnisse sind, die rassistische Vorurteile erzeugen. Sie bringen Rassismus auf die eine oder andere Weise mit der Entstehung und Durchsetzung des kapitalistischen Systems zusammen. Rassismus wird dann entweder als „subjektive oder kollektive Verarbeitungsstrategie“ gedeutet, oder als Herrschaftsinstrument, das die reale Ungleichheit, die der Kapitalismus trotz seines gegenteiligen Versprechens zwangsläufig produziert, legitimiert.

Beide Richtungen greifen, für sich genommen zu kurz, um das Phänomen des Rassismus richtig analysieren zu können, ist es notwendig, nicht nur seine gesellschaftlichen und individuellen Ausprägungen zu beschreiben, sondern das Verhältnis zu fassen, in dem beide zueinander stehen. Es darf also weder psychologisiert, noch ökonomisch verkürzt werden. Das Verhältnis von Macht, Herrschaft und Subjekt muss komplexer gefasst werden, um die ökonomischen, historischen, sozialpsychologischen, ideologischen und individuellen Grundlagen des Rassismus erklären zu können.

Eine solche Perspektive vermeidet auch weitere Schwierigkeit, die viele Erklärungsansätze mit sich bringen. Sie besteht darin, dass häufig versucht wird, eine Erklärung für „Rassismus und Rechtsextremismus“ zu finden. Das ist natürlich in sofern sinnvoll, als jedeR RechtsextremistIn auch einE RassistIn ist. Aber umgekehrt gilt eben keinesfalls, dass jedeR RassistIn auch einE RechtsextremistIn sein muss, im Gegenteil.

Leben in einer rassistischen Gesellschaft

A: „Ich geh in Stuttgart gar nicht mehr aus. Die Leute reden so einen Dreck. Du wirst dauernd von der Polizei angehalten. Du kriegst in diesem Scheißland keine Wohnung, kein Auto. Ich zahl schon lange 50 Prozent Steuern, aber ich durfte nicht mal wählen. Ich durfte nicht mal zur Bezirkswahl, bevor ich letzten August meinen deutschen Pass bekam. Check das mal: Ich erfülle alle Pflichten in diesem Staat, aber was bekomme ich dafür? Nicht mal ein Viertel der Sachen, die mir zustehen.“

Ist es tatsächlich so schwer, eine Wohnung zu finden?

A: „In Stuttgart eine Katastrophe. Ich erzähle immer gleich am Telefon, dass ich schwarz bin. Die hören dass ja nicht an meiner Stimme, keiner kann sich vorstellen, dass ein Schwarzer so gut deutsch spricht. Ich habe keinen Bock mehr, loszufahren und dann zu hören, dass die Wohnung leider schon vergeben ist.“

(Aus einem Interview mit dem deutschen Rapper Afrob)

Auch wenn sich der Rassismus nicht ohne Vorurteile Ausdruck verschaffen kann, ist er keineswegs darauf beschränkt. Rassismus ist mehr als ein individuelles Vorurteil

und auch mehr als die Summe der rassistischen Vorurteile. Rassismus ist ein gesellschaftliches Verhältnis. Warum befinden sich in einer Gymnasialklasse überdurchschnittlich viele Mehrheitsdeutsche? Wieso werden PädagogInnen mit migrantischem Hintergrund oft ungefragt auf den Bereich der interkulturellen Bildungsarbeit festgelegt? Weshalb stehen wir an Bankschaltern, auf Behörden oder an Universitätslehrstühlen meist weißen deutschen Männern und Frauen gegenüber? Warum rechnen wir nicht damit, dass ein Wohnungsbewerber, der fließend deutsch spricht schwarz sein könnte? Warum gehen wir, wenn er schwarz ist fast automatisch von einer nicht-deutschen Herkunft aus?

Diese Formen von Diskriminierung und Privilegierung funktionieren ganz selbstverständlich, unspektakulär, ohne persönliche Feindschaft und ohne Aggression. In der Regel werden sie überhaupt nicht als Diskriminierung wahrgenommen, weil uns diese Ungleichheit völlig normal erscheint. Genau von dieser Normalität ist die Rede, wenn Rassismus als ein gesellschaftliches Machtverhältnis von Ein- und Ausschluss verstanden wird. Damit ist zum einen das Zusammenwirken verschiedener gesellschaftlicher Ebenen gemeint: Ungleichbehandlung auf staatlich-institutioneller Ebene, ökonomische Benachteiligung, soziale Ausgrenzung und direkte Angriffe bilden Facetten des rassistischen Alltags. Zum anderen wird damit aber auch deutlich, dass es in eine ganz falsche Richtung führt, wenn Rassismus als ein Problem der Rechtsexremen wahrgenommen wird oder auch der „Unterprivilegierten“ oder „Modernisierungsverlierer“. Den Rassismus als gesellschaftliches Verhältnis aufzufassen bedeutet, dass er als Strukturmerkmal erkannt wird, das die Gesellschaft hierarchisiert und die Wahrnehmung und Entwicklungsmöglichkeiten jedes Menschen mitbestimmt. Der Rassismus verändert auch die Mitglieder der Mehrheitsgesellschaft, die gewollt oder ungewollt durch die rassistische Gesellschaftsstruktur privilegiert werden – selbst dann, wenn sie aus andern Gründen selbst diskriminiert werden. Solange beispielsweise MigrantInnen geringere Chancen auf gut bezahlte Jobs haben, steigen automatisch die Chancen für deutsche ArbeitnehmerInnen, erst einmal unabhängig davon, ob sie das wollen oder nicht. Ein wichtiger Schritt in der antirassistischen Bildungsarbeit ist es also, die eigene Eingebundenheit in rassistische Strukturen kenntlich zu machen und Formen einer selbstkritischen Auseinandersetzung zu finden. In einer rassistisch strukturierten Gesellschaft ist der Rassismus ein naheliegendes Deutungsangebot – und trotzdem liegt darin keine Notwendigkeit. Ich kann mit nicht aus den gesellschaftlichen Strukturen lösen, aber ich kann sie ebenso wie mein eigenes Denken und Handeln kritisch hinterfragen. Mit anderen Worten: Ich muss keine Rassistin werden. Antirassistische Bildungsarbeit will die Potentiale der Selbstreflexion stärken und dazu beitragen, dass Zusammenhänge von gesellschaftlichen Strukturen und individuellem Handeln sichtbar werden.

Um genauer herauszufinden, wie Rassismus heute und hier funktioniert, welche Bilder und Stereotype aktuell wirksam sind und wer jeweils davon profitiert, daran partizipiert oder dadurch benachteiligt und bedroht ist, braucht man eine historische Herangehensweise, die die Geschichte rassistischer Verhältnisse mit einbezieht. Dadurch werden sowohl die Kontinuitäten als auch die Wandelbarkeit rassistischer Verhältnisse und Verhaltensweisen sichtbar. Zum Beispiel – wie wir später noch sehen werden – in kolonialen und touristischen Blicken auf „die Fremde“.

Methode: Reisespiegel
Kulturtypische Reiseerlebnisse und Fremdheitserfahrungen spiegeln

Welche Erfahrungen habt ihr auf Reisen gemacht, die ihr als typisch für die Kultur eines anderen Landes oder anderen Kontinentes empfunden habt?
 In welchen Situationen habt ihr euch fremd gefühlt?

Erfahrungen sammeln (positive wie negative)	Die Erfahrung spiegeln, den „Eigenheiten“ im eigenen Umfeld, im Alltag, am Wohnort, in der Arbeitswelt und Lebenswelt gegenüberstellen
1. Zeit spielt keine so wichtige Rolle (Unpünktlich)	Pünktlichkeit und Zeitstress
2. Es ist egal, was jemand antwortet, wenn man nach dem Weg fragt, denn es ist unhöflich, nicht zu antworten	Korrekte Antworten und die Wahrheit sind
3. Spontaneität	alles geplant
4. Essen alle von einem Teller - Geselligkeit	Individualismus
5. Offenheit	
...	...
Typische Klischees über „andere“ Kulturen, Subkulturen, Lebensalltag	Verhaltensweisen und Charakteristika, die für die eigene Gesellschaft typisch sind

Zusammenhang zwischen dem Eigenen und dem Fremden zeigt Normen, Werte, Ideale, Diskurse ...

Das Eigene bleibt bei der Betrachtung des Fremden meist unsichtbar, obwohl es dem Prozess der Bestimmung/ Charakterisierung des Fremden immanent ist.

Bewertung (was wird als positiv und was als negativ empfunden) das ist Kontext abhängig:

Zeitlosigkeit ist eine prima Sache im Urlaub, aber in der Arbeitswelt hat sie nichts zu suchen, hier wird Unpünktlichkeit dann negativ bewertet.

Volle Märkte und dicht gedrängte Menschen in Bussen und Zügen sind lebendig und bunt und bereichern die Urlaubsfotos. Doch wenn es um die eigenen Arbeitsplätze geht, wird eine Gefahr vor der Masse heraufbeschworen.

Symbolik fremder Orte und Kultur/en (Kopftuch / Turban / Bärte) ist auf den Urlaubsfotos erwünscht, während sie im eigenen Kontext als Beweis von Andersartigkeit und für Fundamentalismen abgelehnt bzw. die Menschen damit stigmatisiert werden.

Spontaneität ist eine wünschenswerte Eigenschaft, solange sie nicht den geregelten Ablauf von Arbeitsprozessen oder die Gewohnheiten von festen Gruppenzusammenhängen aufwirbelt und so unangenehm wird.

Exotisierung von Fremde als indirekte Kritik an den eigenen gesellschaftlichen Verhältnissen / Das besondere und hierarchische Verhältnis liegt in der Kontrolle der Andersartigkeit. Genießen, wo es Abwechslung verspricht und Bereicherung empfunden wird, ohne unbequem zu sein und ohne die eigene Identität in Frage zu stellen – kontrollieren, wo anderes zur Störung des eigenen Weltbildes wird.

Dosierung: wo, wann, wie viel des Fremden lässt man in die eigene Welt der Vorstellungen

Zuschreibungen von typischen Gruppenzugehörigkeiten wird höher bewertet als das Individuum, der Einzelne wird zum Vertreter/ zur Vertreter/in seiner Gruppe und als solche/r wahrgenommen.

Rollenzuschreibung: Zugehörigkeit zu mehreren Gruppen gleichzeitig wird gerne ausgeschlossen

<p style="text-align: center;">Matina Backes Koloniale und kulturalistische Blicke im Tourismus – Kontinuitäten in der Wahrnehmung des Fremden / Rassismus und Exotismus</p>
--

1. Heute hier, morgen fort (Migration und Tourismus)

Tagsüber von neun bis fünf arbeitet er als Postmann in einer niederländischen Großstadt, ab sechs Uhr abends kontrolliert er Studentenausweise in einem Sportzentrum. Das Wochenende verbringt Vincent häufig in Belgien, als Kajakfahrer leitet er Bootstouren in den Ardennen. Im Sommer führt der Mitte dreißigjährige Raftguide Abenteuer touristen über die Stromschnellen des Sambesi unterhalb der Viktoria Fälle. Für zwei Monate im Jahr besucht der gebürtige Sambier seine Familie, die in einem Dorf nahe der Ausstiegstelle an der spektakulären Schlucht lebt, einige Kilometer von Livingstone entfernt, der ehemaligen Hauptstadt des kolonialen Rhodesien, benannt nach dem damaligen Entdecker und Missionar David Livingstone.

Als kleiner Junge rannte Vincent den Trucks hinterher, die hier auf der Rückkehr von ihrer Sambesi-Tagestour vorbeifuhren. Als junger Mann trug er dann tageweise die Boote der ausländischen Veranstalter aus der steilen Schlucht hinaus, für damals fünf Kwacha pro Boot. Als sich über die Jahre eine Vertrauensbasis zwischen ihm und seinem Chef bildete, bot der ihm eine Ausbildung als Raftguide an – ein Job, der bis dahin den weißen Immigranten aus Europa und Südafrika vorbehalten war. Trainingscamps in den USA, Australien und Costa Rica waren die ersten Auslandserfahrungen, dann wurde Vincent der - wie es heißt - erste schwarze Raftguide auf dem Zambesi. Inzwischen hat er in Österreich für das deutsche Unternehmen Lemming Tours die Alpenflüsse befahren.

Das Aussehen des Dorfes hat sich seit seiner Kindheit kaum gewandelt: Lehmhütten mit Strohdächern inmitten einer trockenen Savannenlandschaft, in der die Elefanten regelmäßig die Ernte platt trampeln, kein öffentlicher Transport, kaum Wasser, eine kleine Grundschule, keine Gesundheitsstation, nicht einmal ein Kiosk, nur ein kleines Fußballfeld für die Kinder. Erst die Familiengeschichte von Vincent enthüllt das globalisierte Milieu, in dem die DorfbewohnerInnen leben. Der inzwischen über 80-jährige Vater war als Koch im *Hotel Intercontinental* tätig. Die Schwester arbeitet als Rezeptionistin in einem Mittelklasse Guesthouse in der Stadt. Der eine Bruder ist Träger und wartet seit nunmehr sechs Jahren auf die Chance, auch einmal eines der Boote fahren zu dürfen, die er, wenn es genügend Touristen gibt, für 2-4 Dollar pro Tour die Schlucht runter und wieder hoch trägt. Zwei andere Brüder haben es inzwischen bis zum Raftguide geschafft, einer von ihnen ist in der Schweiz gewesen. Der älteste Bruder verkauft Schnitzfiguren auf einem Souvenirmarkt am Parkeingang zu den Victoria Falls. Vincent selbst hat seine niederländische Frau vor einigen Jahren in Livingstone kennengelernt.

Ein globales Dorf inmitten der „Wildnis“

Wenn der Truck mit den Abenteuerreisenden nachmittags mitten durchs Dorf fährt und für eine halbe Minute hält, weil die Träger hier abspringen, machen die TouristInnen von ihren Hochsitzen aus Fotos: von gaffenden Kindern, von Lehmhütten und bunt gekleideten Frauen, die mit Brennholzstapeln auf dem Kopf zwischen den Baobabbäumen auftauchen. Dabei sehen und ahnen die TouristInnen nichts von dem globalen Beziehungsgeflecht, in das viele der hier lebenden Familien verwoben sind – in materieller, sozialer und kultureller Hinsicht.

Das Beispiel des sambischen Dorfes und Vincents Geschichte zeigt, dass komplexe Lebensrealitäten und kulturelle Mehrfachzugehörigkeiten mit Sicherheit *nicht* diejenigen Konstellation sind, die von den TouristInnen wahrgenommen werden, wenn es um die lokalen DienstleisterInnen im Tourismus geht (Paradise Workers).

Das globalisierte Milieu, in dem viele der (Ex-)DorfbewohnerInnen leben, und die ökonomischen und materiellen Verflechtungen, die sich daraus ergeben, sind den Lehmhütten auf den ersten Blick eben nicht anzusehen. Der touristische Blick auf das Dorf erschließt diese Perspektive nicht.

Nach der Reise: Diaabend: In Reiseerzählungen und auf den Fotos der Reisenden, die das Dorf am Ausgang der Schlucht nach einer Befahrung der Stromschnellen des Sambesi kurz besucht haben, wird festgehalten: Baobabbäume, Elefanten in Dorfnähe, Lehmhütten, Strohdächer, Schnitzfiguren, Trommeln, Bunte Kleider, lachende Kinder, arm aber glücklich, wunderbare Landschaft, Bananenbier, idyllische Ruhe, Zeitlosigkeit, Ziegen, Viehhirten...

Vor der Reise: Ein Foto gleicht dem anderen, wenn man 2-3 Urlaubspostkarten gelesen hat, kann man den Inhalt der nächsten voraussagen. Das Dilemma kennt jeder: sobald man im Bekannten-kreis von einer geplanten Reise erzählt, wird man überhäuft mit Ratschlägen, Erzählungen und oft auch Warnungen. Paradiesische und exotische Darstellungen in Reisekatalogen und auf Plakatwänden sollen Vorfreude wecken. Man kann sich den Einflüssen, die bestimmte Bilder und Vorstellungen über Länder und deren BewohnerInnen im Kopf erzeugen, nicht entziehen. Meist helfen sie wenig, sich auf eine Reise vorzubereiten, eher bewirken sie, dass auf der Reise genau nach den Bildern gesucht wird, die man schon vor der Reise im Kopf hatte.

Die touristischen Erzählungen und Fotos transportieren eine spezielle Variante von den Anderen, eine, die von der westlichen Fantasie wieder erkannt werden kann.

Der Filmregisseur Jim Jarmusch drückte dies so aus: *»Am Anfang war der Mythos dieser Orte. Eine Kombination aus Literatur, Filmen und Musik... Ich habe alles, was ich mir ausgemalt habe, auch gefunden. Das war eine aufregende Erfahrung: Es war in meinem Kopf und jetzt ist es da.«*

Für **Sean Mweene**, Koordinatorin für Genderprojekte in Living-stone, stellt sich die touristische Wissensproduktion so dar: *„Die TouristInnen wollen nicht mit denjenigen sprechen, die eine gute Ausbildung haben, sie wollen nicht herausfinden, was hier wirklich vorgeht. Den TouristInnen werden Videos über das Dorfleben mit dickbäuchigen Kindern vorgeführt, sie machen sich dann entsprechend ihr Bild vom tatsächlichen Afrika. Ich glaube, dass den BesucherInnen erzählt wurde, Afrika sei der schwarze Kontinent und die Menschen seien unzivilisiert und rückständig. Wenn sie dann hier sind, wollen sie den Unterschied nicht wahrnehmen, sie wollen das sehen, was ihnen vorher erzählt wurde. Sie erwarten, eben dies zu finden und besuchen die Dörfer, um danach zu suchen.“* (auf die Frage nach buchbaren Village Tours)

Diese Zitate verweisen angesichts der verbreiteten Hoffnung, Reisen bilde und trage zur interkulturellen Verständigung bei, auf die Frage ob, wie und wann dieser Zyklus des selbst re-produzierten touristischen Wissens durchbrochen werden kann.

2. Woher kommt das touristische (Nicht)Wissen

Gerne folgt der touristische Abenteuerblick den Sehgewohnheiten der vorkolonialen Entdeckungsreisenden: Urlaubsfotos wie Postkarten sind von archaischer Ästhetik bestimmt. Die trockene Savannenlandschaft und lehmfarbene „Dorfidylle“ erscheint den Reisenden als *The Real Africa*. Die Auswahl von „typischen“ Fotomotiven romantisiert das Leben auf dem Land.

Die Bilderwelten der TouristInnen orientieren sich an einem **kolonialen Bild-Wissen**. Die Kultur sieht so aus wie schon vor 100 oder 200 Jahren, das Leben erscheint geradezu geschichtslos, Traditionen scheinen unwandelbar.

Nicht minder hat die symbolische Aneignung einer vermeintlich unberührten Natur koloniale Züge: mit Hilfe des Rafting Abenteuers oder einem luxuriösen Jagdausflug wird die Eroberung von Wildnis nachgestellt: Grenzüberwindung, Gefahren meistern, unberührte / natürliche Wildheit erleben)

Ute Luig bezeichnet die Viktoria Fälle als „Schauplatz kolonialer Machtergreifung“. Sie beschreibt das Naturverhältnis der Europäer so: *„Das wahre Afrika wird durch die Wildnis repräsentiert, die Bilder von Ursprünglichkeit, Menschenleere, Unzivilisiertheit evoziert, ein Symbol des Archaischen, das als bedrohlich und begehrenswert zugleich empfunden wird.“* (2002)

Die touristischen Bilder die darin enthaltene Symbolik **haben tatsächlich eine gewisse Ähnlichkeit mit den** Kinderbildern und Aufsätzen von Jugendlichen, die im Rahmen der Projekte *„Wer hat Angst vorm schwarzen Mann“* (1979-1982) / *„Was fällt dir ein zu Afrika“* (1992 -1994) analysiert wurden. Hier nur ein kurzes Beispiel: *„Hungersnot, Überbevölkerung, mangelnde Medikamente, Wüste, Eingeborene, Schwarze, Elefanten, Elfenbein, Kongobecken, Nil, Dritte Welt, Hütten statt Häuser, Buschmänner, Hitze über 40 Grad, Oasen“* (17-jähriger Schüler, Berufsbildende Schule)

Reisewerbung greift auf Motive und Symbole eines ethnologischen Wissens zurück: Dach der Welt / Reich der Mitte / Land der unbegrenzten Möglichkeiten / Land der aufgehenden Sonne / Land des Lächelns.

Eigentlich ist es offensichtlich: Das Bild von Thailand als Land des Lächelns ist ein europäisches Konstrukt. Dahinter steht ein Menschenbild der Tai, das in Europa über Jahrhunderte geprägt wurde: Freundlich, unbeschwert, liebenswert, höflich – das sind die Attribute, mit denen die Bevölkerung Thailands wahrgenommen wird. Die Rest & Recreation Aufenthalte der amerikanischen Soldaten in den 60er Jahren haben dieses Bild noch verstärkt.

Dabei weiß eigentlich jede und jeder um das Klischeehafte solcher Vorstellungen. In der Werbung funktioniert der Mythos trotzdem: *»Wenn es irgendwo auf der Welt ein Land des Lächelns gibt, dann muss Thailand gemeint sein«* (TUI), oder: *»In seiner Gastfreundschaft ist Thailand unergründlich wie das sprichwörtliche Lächeln Asiens«* (Meiers Weltreisen).

Afrika wird in der Reisewerbung meist mittels gefühlsbetonter Bilder

dargestellt: pure Lebensfreude, ekstatischer Tanz, ungehemmte Sexualität und Spontaneität, vielleicht noch Improvisationstalent. Aus diesen Eigenschaften scheinen all seine BewohnerInnen beschaffen. Kurz: Afrika kann tanzen, Geister beschwören, ist rhythmisch und emotional.

Ob auf den Reiseseiten der Tageszeitungen, in ethnographischen Bildbänden oder bei den Menschen-Länder-Abenteuer Serien im Fernsehen: Gezeichnet wird ein Kontinent voller bunter Exoten. Die reiche Tierwelt der ostafrikanischen Savannen und die Vielfalt seiner „pittoresken Kulturen“ stehen im Reiseprospekt in ästhetisch aufbereiteten Fotoserien gewöhnlich auf der gleichen Katalogseite – oder werden in aufeinander folgenden Kapiteln des Reiseführers behandelt.

Die bloße Aufzählung von Handwerk, Küche und Kleidern oder Architektur impliziert bereits das große Abenteuer und grandiose Andersartigkeit. Intakt und anziehend wirkt, wer möglichst vorindustriellen Tätigkeiten nachgeht: Reisbauer, Fischer, Viehhirte, Töpfer, Schmied oder Kamelzüchter. Fremdheit scheint an optisch einprägsamen Äußerlichkeiten wie Schleier, Schmuck und Körperbemalung messbar. All dies wird einer größt möglichen Differenz zur eigenen Lebenswelt verdächtigt. Mit der Symbolik verbunden ist oft die Vorstellung irgendwie „andersartiger“ Eigenschaften der BewohnerInnen.

Mit den Titeln „Afrika pur“, „Wie ein buntes Mosaik“, „Wanderung durch die Kinderstube der Menschheit“ knüpfte DIE ZEIT 1999 in ihren Afrika-Reportagen an ein koloniales Wissen an.

3. Dichotomes Bild: Das exotisch-Schöne und das exotisch-Schreckliche

Die Kehrseite der exotistischen Darstellungen tritt in Berichten zutage, in denen Afrika als Synonym für Rückständigkeit und ethnische Konflikte steht. Unter dem Titel *„Ein Kontinent in Flammen“* resümierte DIE ZEIT: *Es fegen wieder schwere Stürme über Afrika und entfachen die selbstzerstörerischen Energien des Erdteils. Im Herzen des Kontinents sind ganze Landstriche in die Unentdecktheit zurückgesunken: sie treiben ziellos dahin wie Grasinseln auf Urwaldflüssen (...) die schwarzen Machtcliquen bedienen sich wie weiland die weißen Kolonialherren. Aasvögel, die den Kontinent ausweiden. (...) Die Hauptschuld am tragischen Zustand des Kontinents tragen die Afrikaner selbst: zu wenig diszipliniert und desorganisiert, korrupt... (18.5.2000)*

Offensichtlich ist Afrika in der Wahrnehmung der Europäer einer merkwürdigen Dialektik unterworfen: der „große dunkle“ Kontinent spiegelt geheime Sehnsüchte nach Irrationalem und Magischem wieder. Afrika steht für das Körperliche, Rhythmische, das Erdverbundene, für den Mythos der heilen Gegenwelt zum westlichen Rationalismus.

Zugleich existiert die Annahme barbarischer schwarzer Afrikavölkchen. Afrika erscheint als geschichtslose Sammlung zahlreicher Stammesgesellschaften, die sich doch alle in ihrer Schwärze, ihrer archaischen Natur und in ihrem kriegerischen Wesen gleichen. Zusammen ergibt das den Kontinent der Ethnien und ethnischen Konflikte.

Afrikas Bevölkerung ist im erwünschten wie im verwerflichen Sinne „wildfremd“. Der „schwarze Kontinent“ erscheint als homogener Block – als Kontinent der Natur – und damit geschichtslos im Vergleich zu Europa als Wiege der Kultur.

4. Koloniale Ursprünge des touristischen Blicks – welche Funktion haben die rassistischen und exotistischen Sichtweisen?

Zu den Vorstellungen, die mit auf Reise gehen, gehört die moderne Idee von der Geschichtslosigkeit der afrikanischen Gesellschaft: Die von Hegel 1830 in seiner Berliner Vorlesung über die Philosophie der Geschichte verkündete These, Afrika sei „kein geschichtlicher Weltteil“, habe „keine Bewegung und Entwicklung aufzuweisen“ und befinde sich an „der Schwelle zur Weltgeschichte“, durchzieht die heutige europäische Vorstellung über archaisch-afrikanische Kulturen.

In der Zeit der Expeditionen dienten die ausschließlich in ethnischen Kategorien erfassten AfrikanerInnen als Studienobjekte für die Frage nach der eigenen Herkunft. Diese anthropologische Botanisierung war als Methode auf die gerade gemachte Erkenntnis einer menschlichen Entwicklungsgeschichte gemünzt, an dessen gegenwärtigen Punkt Europa stand (oder steht) und hinter dem die Anderen eingereiht wurden. Auf der Perspektive des zivilisierten Europa auf das Wilde, Ursprüngliche (Afrika) gründet die Dominanz der Weißen gegenüber den Afrikanern. Diese erst eingebilddete Dominanz wurde im Verlauf von (Neo)Kolonialismus und Imperialismus Institutionalisiert und durchgesetzt.

Damit waren die frühen Reise- und Expeditionsberichte voller Klischees, die ein Bild von der Entwicklung der Menschheit als ständig voranschreitenden Prozess in Richtung auf immer größere Naturbeherrschung und Selbstbestimmung malten. ÜberseebewohnerInnen – und AfrikanerInnen im Besonderen – erschienen als un(ter)entwickelt und, gemessen am Eigenen, als minderwertig. Wiege der Kultur (Europa) - Kontinent der Natur (Afrika) Carl Hagenbeck griff die populären Inhalte der Reise-forschungsberichte auf: Seine Ausstellungen von ‘Negern’, ‘Eskimos’ und ‘Singhalesen’ boomten Ende des 19. Jahrh. in ganz Europa. Bis 1913 produzierte die Firma Hagenbeck, die sich im Handel mit exotischen Tieren einen Namen gemacht hatte, 54 derartige ‘Völkerschauen’. Das Begaffen der ‘Fremdlinge’ über Zäune hinweg wirkte im Sinne einer ideologischen Zurichtung des europäischen Blicks zu einer Zeit, als die koloniale und imperialistische Praxis gesellschaftliche Rückendeckung in Form von Rassenideologie dringend erforderlich machte.

Abgesehen von der entmenschlichenden Behandlungsweise in den kolonialen Menschenzoos wurde eine Sicht auf die ‘Exponate’ geschaffen, die eine rassenkundliche Erforschung und schließlich eine rassistische Einteilung der Menschheit bewarb. Die ‘ethnologischen Wanderausstellungen’ dienten dazu, das Besondere an der eigenen Rasse emporzuheben und damit eine rigide Kolonialpolitik zu legitimieren. Dank des so geschaffenen rassistischen Weltbildes wurde die imperialistische Expansion gesellschafts- und durchsetzungsfähig.

Hito Steyerl: „*Der Begriff der Rasse lässt sich nicht ohne denjenigen der Reise denken.*“ Und Appiah meinte, die Analyse europäischer Stereotypen und die Zuschreibungen vermeintlich afrikanischer Eigenheiten seien nur im Kontext der afrikanisch-europäischen Geschichte zu verstehen: „*Die Erfindung Afrikas muss ultimativ und in letzter Instanz als ein Resultat des europäischen Rassismus verstanden werden.*“ (1992).

5. Kontinuität kolonialen Wissens im touristischen und exotistischen Blick auf die Anderen:

Das mit der Aufklärung aufkommende eurozentrische Weltbild ging von der Vorherrschaft Europas und von einer in Wilde und Zivilisierte geteilten Welt aus. Das Bild vom (edlen) Wilden hatte Züge, mit denen die Aufklärung / Zivilisation aufräumen wollte:

Naturharmonisches Leben	instrumentell-technisches Verhältnis zur Natur
Einheit von Körper und Seele	Trennung von Geist und Körper
ungezügelter Ausleben von Fantasien und Leidenschaften	Normen und Regeln
alles Emotionale	Rationalität der eigenen Gesellschaft

- ▶ Der exotische Blick auf die Fremden schreibt ihnen psychische, soziale und kulturelle Eigenschaften und Fähigkeiten zu, die die TouristInnen bei sich selbst verloren glauben.
- ▶ In der Umkehrung des Eigenen erschien das Fremde als wildes, das Andere als ein Hort für einfaches, natürliches Leben. Damit wurde(n) die Fremde(n) zum Sammelbecken für all die Fantasien, die sich in Europa nicht länger zu Hause fühlten (oder fühlen durften).
- ▶ Überdruß am zu Hause und Faszination der Fremde (Europamüdigkeit und Paradiessehnsucht) beinhaltet schon immer auch eine Kritik am Kolonialismus und an der rationalen Wissensgesellschaft, die zu exotistischen Überhöhungen der „Anderen“ geführt hat.

Barbaren und edle Wilde

Primitivität und das Archaische sind verwandte Kategorien, die sich hauptsächlich durch ihre Art der „Wertung“ unterscheiden: Während man sich Anfang des 20. Jahrhunderts durch ein Zurück-Schau-Stellen von Zurückgebliebenheit bei Hagenbecks Südseeinsulanern (Weltausstellung in Paris 1931) des technischen Fortschritts und der eigenen Größe und Macht vergewisserte, werden heute gerne vorindustrielle Tätigkeiten als Tugenden von „Naturvölkern“ zum Sinnbild für den fast verloren gegangenen Naturbezug des „modernen“ Menschen. Diese Umbewertung vom ehemals nutzlosen Primitiven zum positiven Vorbild des naturharmonischen Lebensstils ändert jedoch nichts an der Tatsache, dass sich beide Begriffe gleichermaßen aus einem Überlegenheitsgefühl herleiten.

Selbst in der positiv gemeinten Rezeption erscheinen die Menschen in einem Zustand des Noch-Nicht: Die wahrgenommene Harmonie der Fremden im sozialen Miteinander und im Umgang mit der Natur ist als früherer Zustand der Geschichte gedacht, als ein bloßes Fehlen von Zivilisationserscheinungen. (Daher die Angst vor Kulturzerstörung)

Abscheu gegenüber Barbaren - Überhöhung von edlen Wilden

- ▶ Tourismus ist historisch und aktuell am Prozess der Herstellung und Bestätigung identitärer Konzepte beteiligt, die Konstruktion der Anderen hängt mit dem Bild über die eigene Identität eng zusammen.
 - edle Wild und barbarische Dämonen als das Gegenbild zum Eigenen
 - entdecken... erobern einer Wildnis, eines menschenleeren Raumes, Überwindung menschenwidriger und Inbesitznahme feindlicher Natur

6. Zusammenhang zwischen positiven und negativen Wertungen

Oft stellen sich auch auf der Reise Ängste ein, deren Nährboden Fremdheitsvorstellungen vor der Reise waren und die unterbewusst ständig mit dabei sind.

So mögen die vielen kleinen »fliegenden Händler«, die Obst, Gewürztee oder einzelne Zigaretten auf der Straße verkaufen, zum romantischen Bild über das lebendige Straßenleben einer Südmetropole gehören. Wer sich aber - womöglich als einziger »Europäer« - unerwartet mitten in den »Verkäufer-scharen« an einem Busbahnhof irgendwo in Marokko wieder findet (also gerade nicht planmäßig einen geschäftigen Berber-Markt besucht), fühlt sich schnell von dem nicht enden wollenden »très bon prix« überrumpelt und interpretiert die Situation vielleicht mit der »aufdringlichen Mentalität« der Marokkaner.

Auch ist die Rede vom Kriegerischen positiv konnotiert, solange es um die eigenen Urlaubserlebnisse geht (Kriegsgesänge der Massai am Lagerfeuer). Sie wird jedoch schnell ins Negative umbewertet, wenn die Tagesschauen über Konflikte oder gar Massaker berichten. Statt politische Motive, soziale Konflikte und herrschaftliche Interessen zu erkennen, wird schnell die ethnische Karte gezogen und eine kampflustige Mentalität als Erklärung für die Unruhen herangezogen.

In dem Moment, in dem die Kontrolle über die Exotik oder die touristische Situation außer Kontrolle gerät, wird die Umgebung schneller unter Einblendung der negativen (Vor)Urteile wahrgenommen und als bedrohlich oder als unterentwickelt empfunden....

Gemeinsam ist diesen eingespielten Wahrnehmungs- und Verdrängungsmechanismen der Zweck: sie werden von den Reisenden als Werkzeug eingesetzt, um sich eines mitgebrachten Wissens über die Anderen zu vergewissern.

Machtverhältnis im Tourismus: Das selektive Einblenden (in aller Regel des konsumierbaren Schönen, des Fantastischen) und das kontrollierte Ausblenden (meist des als bedrohlich empfundenen Schrecklichen) ist ein wesentlicher Akt des touristischen Blicks – nicht nur in Bezug auf Afrika. (Indien war am schönsten, wo keine Inder waren)

7. Moderne Tourismusindustrie mit kolonialem Gepäck & Standortkonkurrenz

Da man längst ohne größere Mühen in kürzester Zeit an alle entlegenen Orte der endlich gewordenen Welt gelangen kann, ist die eigentliche Herausforderung nun die Reise nach Innen: in den Kern der Orte, in die Vielfalt ihrer Erscheinungsformen. Bis in die Privatsphäre der BewohnerInnen und ihre intimsten Riten, in die feinsten Poren der gesellschaftlichen Lebensräume gilt es „einzutauchen“.

Es geht weniger um die Massenfertigung eines genormten Produktes (Abgrenzung von Neckermannreisen), als vielmehr um die massenhafte Herstellung individueller Begegnungs- und Erlebnisangebote. Dies trifft nicht nur auf die Nischen der Abenteuer- und Entdeckungsreisen zu, sondern durchzieht zunehmend auch den konventionellen Reisemarkt.

Die kulturellen Ingredienzen dienen zugleich der „Verbesserung des Standorts“ im Tourismus. Handwerkerkunst und bäuerliche Fähigkeiten werden dazu ebenso wie Riten, Religionen oder historische Begebenheiten als regionalspezifische Zutaten herangezogen. Als (so genannte) lokal gewachsene Strukturen werden sie in ein vielseitiges und flexibles Reiseangebot integriert und sollen so laut Tourismusexperten 'angepasste' (da nicht fremdbestimmte) und standortgerechte Varianten des Tourismus ermöglichen. Die Rhetorik des Nachhaltigkeitsdiskurses vereinnahmt das Kulturelle für seine ökonomischen Ziele. (Diskrepanz zu der tatsächlichen Lebensrealität der BewohnerInnen)

Im organisierten Ferntourismus werden mit der Reise nicht nur Orte, sondern bestimmte Lebensgefühle angeboten – sie sind Bestandteil der Urlaubsversprechen, die gerne durch kulturelle Charakteristika der Einheimischen aus der Fremde verbildlicht werden. Der Konkurrenzkampf im touristischen Geschäft drängt Reiseveranstalter und Tourismusministerien zu immer ungewöhnlicheren Etikettierungen. Denn Urlaubsparadiese nach dem Muster ‘Sonne-Sand-und-Palmen’ trifft man fast überall im Süden an. Hier bietet sich Kultur als unerschöpfliches Reservoir für Fremdheit und Unbekanntes an. Schon der Begriff ‘Kultur’ verspricht Differenz: unvergleichbare, nicht kopierbare Einzigartigkeit.

Die indische Soziologin **Nina Rao** sagte: *Die Kultur- und Tourismusindustrie haben die Armut neu erfunden und sie in ein System der Globalisierung integriert, ihr einen Platz der Verwertung zugewiesen. Der Tourismus leugnet, dass Armut insbesondere ein Resultat der ökonomischen Globalisierung, der Entwicklungsprogramme und der Strukturanpassungsprogramme ist. Die Tourismus- und Kulturindustrie vermarkten diese Armut als vor-koloniale Tradition. Zudem macht Tourismus über dieses Fixieren und Einfrieren von kulturalistischen Bildern gerade die Verwundbarsten und ihre Kämpfe, ihren Widerstand unsichtbar: Die Ausgegrenzten und insbesondere die Frauen, die sich gegen Kolonialismus und Traditionalismus gewehrt und für ihre Rechte gekämpft haben.*

Nicht etwa Rechtsanwältinnen, sondern Sari tragende TänzerInnen werden von den Reisenden wahrgenommen.

Gerade im Abenteuer-tourismus ist es auffällig, dass die DienstleisterInnen, die das Abenteuer logistisch ermöglichen, konsequent ausgeblendet werden. So finden sich in Reisereportagen allenfalls einige sekundenlange, kommentarlose Passagen, in denen Träger gezeigt werden, oder kurze Szenen mit tanzenden Heilern im Lendenschutz, welche die Klischeevorstellung der exotischen Wilden reproduzieren. Die Arbeitsbedingungen oder postkolonialen Beziehungen zwischen weißen (und schwarzen) TouristInnen und schwarzen (und weißen) DienstleisterInnen werden in diesen Reportagen in der Regel nicht thematisiert.

Viele Beschäftigte im Tourismus (Paradise Workers) sind nicht etwa die freundlichen Einheimischen, die der Tourist erwartet, sondern MigrantInnen. So arbeiten in der Unterhaltungsindustrie im „Land des Lächelns“, also an der Südküste Thailands, sehr viele BurmesInnen sowie NordthailänderInnen, oft unter hochprekären Bedingungen. MigrantInnen arbeiten meist im (für die TouristInnen unsichtbaren) Backstage-Bereich als (Teller-)WäscherInnen oder im Hotel als Zimmermädchen. Sie stehen als Küchenhilfen, Gärtner, Reinigungskräfte und Vergnügungspersonal in den Ressorts überall auf der Welt in Lohn und Brot, oft ohne legalen Status. TAMILIN in den Pizzaküchen der Schweiz, Mosambikaner im Baugewerbe in Südafrika, das aufgrund der 2010 anstehenden Fußball WM boomt und billige Arbeitskräfte braucht. Jährlich arbeiten über 2.000 OsteuropäerInnen im Tourismusgewerbe in Österreich. Die Unsichtbarkeit der MigrantInnen im Tourismus und der auf lokale Kultur fixierte touristische Blick haben einen engen Zusammenhang.

Zugleich hat das Bild, das die hiesige Gesellschaft über MigrantInnen hat, viel mit dem touristischen Wissen über die Fremde(n) zu tun. Auch Erklärungsmuster für Armut und Fehlentwicklung integrieren dieses rassistische, kulturalistische und exotische Unwissen. Das koloniale und touristische Wissen ist in Diskurse eingeschrieben. Das touristische Wissen ist ein Hinweis auf das (vermeintliche) Vorwissen und das Wahrnehmungsraster der Menschen hier in Bezug auf den Lebensalltag der Menschen dort. Es erklärt, warum es so schwer ist,

- Politische und rechtliche Strukturen sowie gesellschaftliche Prozesse der Diskriminierung erkennen
- Gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge der Entstehung von Armut zu reflektieren
- hegemoniale Prozesse der Diskriminierung, des Ausschlusses oder kontrollierten Einschlusses oder der Rollenzuweisungen zu analysieren

Martina Backes
Bildanalysen – Das Exotisch-Fremde in der Werbung

In der Werbung werden Sehnsüchte und Begehren produziert und inszeniert, die auch im Tourismus eine große Rolle spielen.

- Grenzen überwinden
- wahre Wildnis und unberührte Kultur
- Konfrontation mit Fantasien und Bedürfnissen/Sehnsüchten, die aus der eigenen Gesellschaft ausgesperrt wurden,
- Verlangen nach Irrationalem und spirituellem,
- Suche nach sexueller Freizügigkeit,
- Tourismus als Sammelbecken für nicht gelebte Möglichkeiten...

1_Kleiderwerbung FernWeh

Das finden Sie nur hier!

Alles gegen Fernweh.

7,86
Immer Niedrigpreis

NEU

Damen-Shirt, mit Tierstickerei und Strass, diverse Farben, Gr. M-XXL
343310622

6,86
Immer Niedrigpreis

NEU

Herren-Viskose-1/2-Hemd, verschiedene Drucke und Farben, Gr. M-XXL
232003605

9,90
Immer Niedrigpreis

NEU

Damen-Palazzo-Hose, mit Rundumgummi, in Uni oder Druck, Gr. S-XXL
344011277

9,86
Immer Niedrigpreis

NEU

Bequeme Herren-Hose, mit praktischem Tunnelzug, in vielen Farben, z. B. schwarz, beige oder navy, in den Größen M-XXL
235700595

Modellbeispiel

sasson

In der Kleidungswerbung wird direkt an Urlaubsversprechen oder Erfahrungen der Kundinnen angesetzt: Der schwarze Mann – hier im Hawaiiemden – steht für die Erfüllung eines harmonischen Flirturlaubs – die auf Safari-Giraffenmuster gestylte Hose der Frau symbolisiert die (eigentlich dem Mann vorbehaltenen) Aneignung der Wildnis (hier einer Savannenlandschaft) durch die weiße Frau, zum Beispiel mittels einer Safarireise. Während sie, Nina, Kundin ist – und damit die Entscheidung zum Kauf dieser perfekten Ferienbeziehung bei ihr liegt, ist er, Germain, Mitarbeiter und – wie der Aufdruck verrät – lediglich ein „Modellbeispiel“, mag heißen: austauschbar gegen andere Modelle. Ohne das hegemoniale Wissen der BetrachterInnen würde die Werbung schlicht nicht funktionieren. Die Frau kann

sich – entgegen der konventionellen Genderkonstellationen – als machtvolle Eroberin fühlen, während sich der weiße Mann die in der eigenen Gesellschaft teilweise tabuisierten „Fähigkeiten“ potenter Lebenskraft (in Form des Hawaiiemdes) erkaufen kann.

Der Multikulturalismus der Werbung beansprucht für sich das Privileg einer kontrollierten und doch beliebt häufigen Austauschbarkeit der eigenen Identität.

„Es geht nicht länger, wie zu Zeiten der kolonialistischen Ausdehnung“ oder der imperialistischen Fortschrittsideologie, wie Terkessidis sagt, „um die Universalisierung der partikularen europäischen Kultur, es geht um die Partikularisierung der westlichen Universalität.“

Hier drei Beispiele für den kosmopolitischen Habitus der Unternehmen, die mit multikulturellen und hybriden Styles werben und damit das implizite Wissen über Identitäten der BetrachterInnen der Werbung ansprechen:

Immanuel Wallerstein hat als Spezifikum des derzeitigen historischen Systems, also der kapitalistischen Weltwirtschaft, folgendes Prinzip genannt: „Dieses System schließt Menschen aus, indem es Menschen einbezieht.“ Die Bedingungen des Einschlusses werden nicht zur Debatte gestellt.

Hier zwei weitere Beispiele:

Wenn über alle Grenzen hinweg alles möglich ist: Siemens

Siemens etwa macht sich, bei entsprechender Nichtartikulation der Integrationsbedingungen, genau diese konstruierte westliche Universalität zu eigen. Das Unternehmen setzt eine weltweite und grenzenlose Kommunikation als Selbstverständlichkeit voraus, die funktioniert, wenn nur die Technik stimmt. Dank seiner elektronischen Produkte werden Vernetzung und Kommunikation geradezu weltumspannend und reibungslos für alle gleichermaßen möglich, so die Message. Der Text „**Go. Spin the globe**“ greift die Allegorie des erfolgreichen schwarzen Fußballers auf, der die Favelas verließ und dem nun die Welt zu Füßen liegt. Nicht zufällig, denn die Werbung wurde zur Zeit der vorletzten Fußball-EM lanciert.



Sein Aussehen passt ebenso in das Mainstream-Bild über schwarze Migranten, der Blick könnte auch sehnsüchtig in die Weite gerichtet sein. Damit setzt die Werbung auf das Wissen der BetrachterInnen, dass das Versprechen der grenzenlosen Verbindung eigentlich höchst widersprüchlich ist – beinhaltet doch schon der Begriff Migrant per se die Existenz unüberwindbarer Grenzregime. Mit eben dieser mehrdeutigen Bildmetapher wird die eigentliche Botschaft untermauert, das Nicht-Gegebene werde mit Siemens selbstverständlich: Zitat: „Wie man das nennt, wenn über alle Grenzen hinweg alles möglich ist? Ganz einfach: Siemens“.

Gesprochen wird aus der Position eines gebildeten Weißkittels, der aber nicht mehr in Erscheinung tritt. Ein Zusammenhang zu touristischen Träumen (etwa: die große weite Welt liegt dir zu Füßen) bleibt vage, dennoch

werden mögliche Assoziationen wie die unendliche Weite des Meeres benutzt, um für die Attraktivität elektronischer Netzwerke und letztlich für ein vages Lebensgefühl zu werben, das auf den Mythos der Grenzenlosigkeit setzt. Indem Siemens zeigt, wie wir uns die multikulturelle Welt vorzustellen haben, ohne selbst in Erscheinung zu treten, kaschiert das Unternehmen den Einfluss, den es im

I wonder where we'll meet next / Mythos der Reisefreiheit

Die mittlerweile bankrotte swissair hat beide Elemente des multikulturellen Diskurses, den vermeintlichen Kulturdialog und den Prozess der sozialen Polarisierung, geschickt in die Botschaft einer Zeitungsanzeige eingewoben. Polarisierung findet im Tourismus in der nicht für alle realisierbaren und der eben nicht unterschiedslos gültigen Reisefreiheit ihren Ausdruck. Über dieses Faktum setzt sich die swissair-Werbung, zumindest auf den ersten Blick, ignorant hinweg: Die Begegnung und offensichtliche Beziehung zwischen zwei jungen Leuten wird mit dem Text I wonder where we'll meet next unterlegt. In die Personen ist unmissverständlich die Existenz kultureller Unterschiede eingeschrieben – durch eine Verwendung der sexistischen Metapher von der (weißen) emanzipierten, da alleinreisenden Frau und dem attraktiven (schwarzen) Mann, als sich aufdrängende, da dominante Darstellungsparameter. Letzterer ließe, gerade wegen der angedeuteten Rastafrisur, ebenso auf ein hybrides Subjekt oder eine migrantische Situation schließen – das Bild lässt also wieder Spielraum für verschiedene Assoziation. So auch für die eines schwarzen Beachboys gegenüber der weißen Touristin – vielleicht aber sind auch beide Schweizer und flexible Arbeitsnomaden. In jedem Fall funktioniert die Identifikation des Schwarzen beim Betrachter als Spiegel zur eurozentrischen Konstruktion des Selbst.

Da bis auf Geschlecht und Hautfarbe kein weiterer Hinweis auf die Herkunft der beiden Personen verweist, könnten die hier benannten Zuschreibungen als Spekulationen bezeichnet werden, entstanden rein aus der Fantasie der BetrachterIn. Und doch resultiert der symbolische Gehalt der Bilder aus ihrer Verbundenheit mit historischen Gefüge und gesellschaftlichen Hierarchien. Das Paar ist in dieser plakativen schwarz-weiß Gegenüberstellung, ganz ähnlich wie bei der Zigarettenwerbung West einfach nicht interpretierbar ohne die Grenzen und Zuschreibungen der post-kolonialen Weltordnung.

Deshalb sind derart assoziative Herkunftszuschreibungen – und das wissen die Reklamemacher – nicht losgelöst von einem Wissen um die hierarchische postkoloniale Gesellschaft, um die Verteilung von Rechten und von der konstruierten Stereotypisierung bestimmter Eigenschaften in Anhängigkeit zur Hautfarbe. Zugleich impliziert die Beziehung zwischen den beiden ein antirassistisch intendiertes Gesellschaftsbild. Biologistisch-rassistische und kulturalistische Varianten der Wahrnehmung von Gesellschaft verwischen und gehen ineinander über, denn was ist schon dabei, bei einer Beziehung über kulturelle Grenzen hinweg?

Bezeichnenderweise wird eben nicht gefragt ob, sondern wo sich die beiden das nächste Mal treffen. Dass Reisefreiheit eben nicht für alle gleichermaßen gegeben ist, scheint hier ausgeblendet – und doch funktioniert die Werbung aufgrund des impliziten Wissens, dass viele (schwarze) Migranten nicht, (weiße) Touristinnen aber sehr wohl an alle Orte der Welt fliegen können. Betont werden soll schließlich etwas Besonderes, ja Einmaliges über das Übliche hinaus: swissair bietet mit 450 Destinationen quasi grenzlose Möglichkeiten der Verbindung – „**Now you can meet just about anywhere you like**“. **Die Bedingung der Trennung von der eigenen und der fremden Kultur steht im Multikulturalismus eben nicht zur Disposition** – sie gehört zum immanenten Wissen des Betrachters, denn sonst würde die Werbung schlicht nicht funktionieren.

Verortung und Entortung ereignen sich beim Erfassen des Bildes gleichzeitig: erste infolge der Altlast des kolonialen Bewusstseins und zweite als Folge antirassistischer

Ideologie. Mit derart raffinierten „Texten“ essentialisiert die Werbung Fremdkulturelles und macht es zugleich zum avantgardistischen Subjekt. Die ideologischen Bruchstellen zum Rassismus sind gleich mit in die Werbung eingebaut. Allerdings bleibt ein Beigeschmack von Bevormundung: Über das nächste Treffen braucht sich das Paar dank swissair keine Sorgen machen - **„Leave everything to us. We care.“** Diese eigentlich mütterliche Fürsorge kann letztlich nur aus einer privilegierten und machtvollen Position heraus ausgedrückt werden. Dass Zürich, der Heimatflughafen der swissair, dann auch noch als freundlich bezeichnet wird, klingt zynisch angesichts der Tatsache, dass eben hier elektronische Gesichtserkennungsanlagen der digitalen Erfassung aller Reisenden dienen, die aus Ländern kommen, für die die Schweizer Statistik hohe Flüchtlingsraten angibt. Die Videoüberwachung des Züricher Flughafengebäudes soll präventiv Asylanten oder illegale Einwanderer erkennen.

Zum Machtverhältnis in den recht gewöhnlichen Werbebeispielen

Die Werbebeispiele bezeugen exemplarisch die hegemoniale Art des Umgangs mit Fremde(n). Sie wird erst ästhetisiert und dann in vorgesehene, überschaubare und kontrollierbare – auch konsumierbare – Einheiten geschlossen, sei es an einem bestimmten Ort (etwa den touristischen Ferienparadiesen), sei es eingeschrieben in Produkte oder Unternehmen wie Zigaretten, Banken oder Autohersteller: bezeichnend ist die räumliche und zeitliche Begrenzung, die Kontrollierbarkeit der Fremde, die ganz nach Lust und Laune konsumiert oder ignoriert werden kann.

Das potkoloniale Verhältnis von Reisenden und Bereisten, von mobilen TouristInnen und vermeintlich verorteten Einheimischen, lässt sich demnach wie folgt beschreiben: Für die Reisenden ist zu beobachten, dass ihre postmoderne Sicht auf (die eigene) Gesellschaft zunehmend den permanenten Prozess von Verortung und Entgrenzung in den Mittelpunkt der Lebensentwürfe und Alltagserfahrungen stellt. In einer flexibilisierten und mobilen Gesellschaft wird der Vermeidung jeglicher Festlegung ein hoher Wert beigemessen. Identität hat ihre Festigkeit, ihre Eindeutigkeit, ihr begrenztes statisches Gefüge verloren. Die Konstruktion und der Konsum von differenten Identitäten werden, so verspricht es der Diskurs, über das touristische Erlebnis realisiert.

Die sich kosmopolitisch verstehenden TouristInnen kommen oftmals aus sehr fest verankerten, rechtlich abgesicherten Strukturen, die nur zeitweilig verlassen werden. Identitätskrisen auf der Reise sind weniger existenziell, sie haben weitgehend freie Auswahl aus einer Wunschkollektion.

Der Genuss der Fremde für eine gewinnversprechende Distinktion ist zugleich ein kontrollierter, wenn Unerwünschtes ausgeblendet und die Fremde „auf Armlänge gehalten“ wird (Baumann 1997). Die Heimat dient den Reisenden als Rückhalt, und Grenzerfahrung wird zum kalkulierbaren Genuss. MigrantInnen hingegen werden mit eng gefassten Integrationsanforderungen konfrontiert und die Idee der Rückkehr in die Heimat entzieht sich oft den realen Möglichkeiten. Oder sie wird erzwungen.

Gewöhnlich ist der touristische Blick blind für die identitätswandelnde und -stiftende Bedeutung, die sich für die DorfbewohnerInnen mit den Beschäftigungsmöglichkeiten im Abenteuer tourismus ergeben. Auch die sozialen Prozesse durch die tägliche Konfrontation mit einem massiven (infra-)strukturellen Wandel infolge der Tourismusentwicklung nehmen die Abenteuerreisenden oft nicht wahr.

Die sehr unterschiedlichen materiellen Möglichkeiten oder Chancen von TouristInnen und Einheimischen und die daran geknüpfte westliche Vorstellung von kosmopolitischen, mobilen Reisenden und verorteten lokalen Gesellschaften werden von der Realität jedenfalls immer neu gebrochen. Sicher, die Mehrzahl der Beschäftigten oder auch der in den Destinationen lebenden Menschen sind weit weniger oder weniger weit gereist und haben nicht in gleichem Maße die Möglichkeiten zur Mobilität wie die europäischen TouristInnen, da Hautfarbe, Pass und Geld noch immer ganz wesentlich als Zugangsbeschränkung wirksam sind. Doch beherrschen sie oft mehrere Sprachen und wissen über die Herkunftsländer ihrer Kundinnen besser Bescheid. Viele haben ein sehr differenziertes Bild über Europa – und auch über die TouristInnen, mit denen sie zu tun haben. Auf keinen Fall sind sie die verorteten Exoten, wie es die Fotos der TouristInnen und die Werbung der Tourismusindustrie, in Verbindung mit dem touristischen Nicht-Wissen der BetrachterInnen, gerne vermitteln.

**Martina Backes: Stolpersteine der entwicklungspolitischen
Bildungsarbeit
in Schulen und in der Erwachsenenbildung**

Stolperstein: Wir verfügen über eine eingeschränkte Sichtweise und sind ständig in Versuchung, Klischees zu vermitteln. Wir denken in Begriffen, die dennoch jede Person mit eigenen Erinnerungen und eigenem Wissen in Verbindung bringt und mit eigenen Werten / Bewertungen füllt.

Lösungsvorschlag:

1. Komplexe und widersprüchliche Bilder anbieten (Stadt-Land / arm-reich usw.)
2. Zusammenhang zwischen Klischee und Vorurteil erarbeiten
3. Funktion, Bedeutung, Resistenz und Veränderbarkeit von Begriffen und Stereotypen zum Gegenstand machen
4. Darstellungsweise von Entwicklungshilfe zum Gegenstand des Unterrichts machen.
5. Diskursmacht als Begriff einführen und diskursive Prozesse erarbeiten (Medienanalysen)

Stolperstein: TeilnehmerInnen merken sich gerne und primär die besonders „krassen“ oder überraschenden Aspekte einer vielfältig angelegten Unterrichtsreihe (Beispiel Genitalverstümmelung / Leben auf den Müllhalden).

Lösungsvorschlag:

1. Auf die westliche Sicht der Wahrnehmung und die Betonung von Differenzen verweisen.
2. Erarbeiten lassen, warum bestimmte Bilder von Differenz besonders gerne vermittelt und erzählt werden, Gemeinsamkeiten oder Ähnlichkeiten hingegen nicht.
3. Die Bedeutung von extremen Bildern in der eigenen Gesellschaft behandeln.

Stolperstein: Exotik und Unterschiede zwischen den Kulturen/Menschen/Gesellschaften werden stark gewichtet.

Lösungsvorschlag:

1. Stellen Sie Gemeinsamkeiten in den Vordergrund und orientieren Sie sich an alltäglichen Szenen, in denen sich Kinder / Jugendliche / die TeilnehmerInnen wieder entdecken können.
2. Kulturbegriff und Fremdkonstruktionen als solche behandeln
3. Was macht fremd, was macht anders – Grundverständnis von Fremdheit erarbeiten.
4. Die eigene Position reflektieren, Weißsein gegenüber Schwarzsein, eigene Erfahrungen mit Diskriminierungen
5. Zusammenhang von Exotismus und Rassismus im (post)-kolonialen Kontext behandeln.

Stolperstein: Es werden Impulse (Fotos / Fakten / Begriffe) im Unterricht eingesetzt, die der Intention, eine kritische Einschätzung der Armutsverhältnisse zu fördern, zuwider laufen und statt dessen ein Bild von Andersartigkeit, Unzivilisiertheit, Rückständigkeit vermitteln.

Lösungsvorschlag:

1. Mit Impulsen arbeiten, die nicht allein die Armut und das Elend betonen, sondern die Herstellungsbedingungen der Armut aufzeigen.
5. Armutsbegriff zum Gegenstand machen: Welche Formen von Armut und welches Verständnis von Armut gibt es, inwieweit ist Armut kontextgebunden, welche

lokalen und welche globalen Prozesse erzeugen Armut (Verarmungsprozesse hier und dort)?

Stolperstein: Es werden viele Problem beladene Themen in ein Unterrichtsthema gesteckt. Die TeilnehmerInnen/ SchülerInnen können sich Problem beladene Aspekte besonders gut merken. Statt solidarischem Handeln kann so ggf. Frustration ausgelöst werden.

Lösungsvorschlag:

1. Komplexe Zusammenhänge an einem klar umgrenzten Thema darstellen Entstehungszusammenhänge eines Problems (Hintergrund, Ursache, Kausalzusammenhang) betonen statt auf eine Häufung von Problemen zuzusteuern
2. Problemlösungen kreativ und auch illusionistisch erarbeiten lassen
3. Handlungsansätze der betroffenen AkteurInnen, Selbsthilfeinitiativen und

Stolperstein: Die „Anderen“ werden als Opfer wahrgenommen und damit Gefühle von Hilfsbereitschaft erzeugt (Paternalismus). Positive Entwicklungen werden kaum wahrgenommen und vermittelt.

Lösungsvorschlag:

1. Auf positive Entwicklungen hinweisen.
2. Viktimisierung als Problem behandeln und Eigeninitiative sowie Eigenwilligkeit der Menschen in armen Ländern betonen.
3. Erkenntnisgewinn und Ursachenanalysen sowie Reflexionsvermögen als eine Voraussetzung für positive Entwicklungen erkennen

Stolperstein: Es wird ein eindimensionales Bild vermittelt und Kultur stark personifiziert (Vorsicht: gerne werden SchülerInnen als Repräsentanten einer Kultur genutzt).

Lösungsvorschlag:

1. Die Perspektiven häufiger wechseln. Stets darauf hinweisen, dass wir es nur mit einem Ausschnitt aus der Wirklichkeit zu tun haben.
2. Eigene Erfahrungen mit Stigmatisierungen thematisieren
3. Insbesondere auch auf Gemeinsamkeiten statt auf Differenzen abheben
4. Die Suche nach Differenzenerlebnissen und Unterschieden an sich thematisieren

Stolperstein: Es werden geografische Großräume oder sogar ganze Kontinente thematisiert.

Lösungsvorschlag:

1. Das zu unterrichtende Thema in einem kleineren geografischen Raum (Land/Region) ansiedeln.
2. Gegenläufige Entwicklungen innerhalb eines Landes oder einer Stadt darstellen
3. Den geschichtlichen Prozess der Konstruktion von Nationalstaaten / Kontinenten thematisieren (Stichwort: vermeintliche Natürlichkeit/Unnatürlichkeit)
4. Alternative Raumkonzepte vorstellen (transnationale Räume und transnationale soziale Netze, Black Atlantik, Migrationsrouten in verschiedene Richtungen. Stichwort: auch Süd – Süd und nicht ausschließlich Nord-Süd)
5. Bedeutung und Prozesse der Entstehung von Grenzen und Übergängen thematisieren