

**Vortrag von Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin auf der internationalen
Kulturkonferenz „Identität versus Globalisierung?“
der Heinrich-Böll-Stiftung am 20.1.2005 in Berlin**

Ich versuche, meinen Vortrag in drei Punkten zu strukturieren. Es gibt einen schönen Spruch: „Nichts ist praktischer als eine gute Theorie“ und ich hoffe, dass Sie die Geduld haben, sich jetzt, in aller Kürze und aller Prägnanz, einige Gedanken anzuhören, die übrigens unmittelbar anknüpfen an das, was wir gerade gehört haben.

Ich möchte den ersten Punkt, der auch ein bisschen mit der Überschrift dieser Konferenz zusammenhängt: „Identität versus Globalisierung“, einmal so formulieren: Das ist eine gefährliche Gegenüberstellung. Ich verstehe das, dass man als Veranstalter das so plakativ auf den Punkt bringt. Es könnte aber der Eindruck entstehen, das sei die Alternative. Was wir hier diskutieren ist natürlich Teil der Globalisierungskritik. Wohlverstandene Kritik muss nicht immer in jeder Hinsicht negativ sein. Kritik heißt ja eigentlich Unterscheidungsvermögen: Krisis – Unterscheidung und das müssen wir schärfen: was an den Globalisierungstendenzen ist positiv, was kann gesteuert werden, was ist negativ.

Mir erscheint es gerade aus der Perspektive der Kulturpolitik ganz entscheidend zu sein, dass man aus einer defensiven Haltung herauskommt. Mein Eindruck bei unterschiedlichen Gelegenheiten ist der, dass die Kulturpolitik sich in die Ecke gedrängt fühlt, sich verteidigt und dann manchmal feststellt, dass es jetzt fast schon zu spät oder zu spät ist zu handeln. Das neuseeländische Beispiel mit dem öffentlichen Rundfunk ist ein solcher Fall. In meiner Zeit als Kulturstaatsminister ist etwas Ähnliches beinahe passiert, durch eine unklare Verteilung der Federführung zwischen Wirtschaftsministerium und Kulturstaatsminister, und wir haben es gerade noch abwenden können. Ich möchte dazu beitragen, dass wir aus dieser Defensive auch auf einem theoretischen Fundament rauskommen.

Was uns eingeredet wird ist: da gibt es einen sich globalisierenden Markt, das ist das Normale. Der Markt ist der Rahmen auf dem Güter angeboten, produziert, nachgefragt, konsumiert werden, vielleicht gibt es dann so einen Sonderfall Kultur und wir müssen uns überlegen, wie wir damit umgehen.

Ich möchte mal sagen, diese Perspektive ist a) falsch und b) gefährlich, politisch gefährlich. Aus welchen Gründen ist sie falsch? Das was jetzt entsteht, und das ist das Positive an der Globalisierung, ist so etwas wie eine Weltgesellschaft. Seit Jahrzehnten wird von Welt-Innenpolitik geredet. Das ist mehr eine Vision, eine Utopie als tatsächliche Praxis, wie jeder weiß. Weltgesellschaft heißt, dass die Interaktionsbeziehungen nicht an den Staatsgrenzen halt machen. Zu den Interaktionsbeziehungen gehören persönliche Begegnungen, gehört natürlich auch der wirtschaftliche Transfer, der Gütertransfer, vor allem auf dem Finanzsektor ist die Globalisierung extrem rasch vorangeschritten in den letzten Jahren und Jahrzehnten, dazu gehört aber natürlich auch die kulturelle Begegnung. Jede Gesellschaft auf allen Ebenen, die kleine lokale im Stadtviertel bis zu dem was sich abzeichnet als eine globale Gesellschaft, ist ein Gefüge, das nur stabil sein kann, sich entwickeln kann, eine innere Dynamik entwickeln kann, wenn es bestimmte gemeinsame Regeln gibt, bei allen Unterschieden, die diese Interaktionen steuern. Das heißt: im Zentrum jeder Form von Gesellschaft stehen – ich formuliere das mal im Anklang an Wittgenstein – die Regeln, die unsere Verständigungspraxis im Alltag, die unsere Interaktionen steuern, die Regeln der Lebenswelten. Dann gibt es spezielle Bereiche, ein spezieller Bereich sind zum Beispiel die staatlichen Institutionen, sie sind in hohem Maße auf Weisungsprinzipien und -unterstellungen aufgebaut, auf einer hierarchischen Verantwortungsstruktur. Zum Teil steht das alles nur auf dem Papier, aber so funktionieren staatliche Institutionen. Der Markt ist das Gegenmodell. Dort gibt es keine Weisungsbeziehungen, die gibt es natürlich innerhalb der Unternehmen, sondern als Konsument treten wir auf und fragen nach und als Produzent treten wir auf und bieten Güter an. Die ökonomische Theorie hat einiges dazu beigetragen, diesen Mechanismus besser zu

verstehen, was Marktgleichgewichte sind usw. Aber was findet auf dem Markt statt? Zum Beispiel müssen sich die Leute verständigen. Sie müssen verstehen, was andere überhaupt meinen und wollen, welche Präferenzen und Wünsche sie haben. Dazu ist es erforderlich, dass die viel grundlegenden Regeln bestehen bleiben, zu denen zum Beispiel gehört, dass man sich darauf verlassen kann, dass das, was einer sagt, im Großen und Ganzen zutrifft, oder jedenfalls mit dem übereinstimmt, was er selber glaubt, dass er wahrhaftig ist. Der umfassende Markt ist, zugespitzt formuliert, logisch gar nicht möglich. Der umfassende Markt würde nämlich jede Form von Kooperation und Verständigung zerstören. Habermas hat dazu viel geschrieben, Beispiel „kommunikative Rationalität“, aber das ist von einem anderen Typus. Das heißt also: ein funktionierender Markt ist gewissermaßen Parasit funktionierender Interaktionsbeziehungen.

Das ist jetzt wahnsinnig abstrakt und ich werde gleich ein bisschen konkreter. Wenn wir von „Identität“ sprechen, dann meinen wir so etwas wie gemeinsame Wertorientierungen, Bindungen an gemeinsame Projekte, die für das Leben der einzelnen Personen so wichtig sind, dass sie einen Teil ihrer individuellen Identität ausmachen. Nur so macht dieses Reden von kulturellen und kollektiven Identitäten Sinn. Es gibt hierbei genug Differenz, wir sollten nicht so tun, sozialromantisch, als wäre es immer die Zugehörigkeit zu einer Gruppe, die definiert, wer ich bin. Das wäre eine, auch politisch, gefährliche Ideologie. Nein, diese Identitäten sind sehr vielfältig. Ich habe Bindungen an unterschiedliche Gruppen, unterschiedliche Wertorientierungen, unterschiedliche Lebensformen, in der multikulturellen Gesellschaft in besonderem Maße. Und ich muss navigieren können zwischen diesen, Ich-Stärke zum Beispiel entwickeln. Das heißt: wir haben Kooperation, wir haben Identität, wir haben Markt und dementsprechend bestimmte Menschenbilder. Auf dem Markt sind wir Konsumenten und Produzenten, auf dem Feld der Kooperation sind wir Bürger, auf dem Feld der Identität sind wir Freunde. Das sind die drei Menschenbilder, die diese jeweiligen Formen von menschlicher Interaktion prägen.

Wenn man das so sieht, dann wird vielleicht etwas verständlicher, warum rational alle Menschen ein hohes Interesse daran haben, dass es z. B. so etwas gibt wie politische und auch kulturpolitische Gestaltungskraft. Der Markt, sich selbst überlassen, zerstört nämlich genau diejenigen Regeln, die notwendig sind, damit er halbwegs funktionieren kann. Und in diesen Kontext gestellt, gehört in meinen Augen das Thema Vielfalt.

Ich will mal ein Beispiel bringen, sozusagen fernab von aller Kultur, damit bin ich beim zweiten Punkt: die „Ökonomie der Vielfalt“, wie wir ihn mal nennen wollen: Der US-amerikanische Agrarmarkt, der kanadische kann wahrscheinlich als einziger der Welt konkurrieren, ist vermutlich der effizienteste der Welt: die Überschüsse sind gigantisch, die Fläche, die mit hohem technischen Aufwand bewirtschaftet wird, ist größer als in fast dem gesamten Rest der Welt. Wer in den USA gelebt hat, weiß, dass das nicht ganz ohne Kosten ist. Die Grundnahrungsmittel sind sehr billig, werden in großen Dosierungen angeboten, in viel größeren als in Europa, die Geschmacksqualität ist, gelinde gesagt, mäßig und die Überreste einer kulinarischen Kultur werden aus Sizilien, Spanien, Südamerika, Mexiko importiert. Wenn Sie einen wissenschaftlichen Terminus dafür haben wollen, dann ist es die „Economy of Scale“: je größer der jeweilige Absatzmarkt, umso billiger kann man herstellen. In der Konkurrenz verlieren immer diejenigen Produkte, die einen kleineren Absatzmarkt haben. Das gilt nur grob, das gilt nicht hundertprozentig, man kann viel dazu sagen. Aber das ist die Tendenz.

Sie können genau das gleiche Phänomen beobachten im Bereich der internationalen Filmindustrie. Der große US-amerikanische Markt ist zunächst einmal der primäre Adressat der Hollywoodproduktionen, die entsprechend viele Mittel in die Produktionen fließen lassen und zum Teil zehn, zwölffmal so hoch sind wie bei europäischen Filmproduktionen. Es gibt dann die sekundären Märkte, das sind die europäischen und anderen Märkte. Oft rechnen sich Hollywoodfilme erst über die sekundären Märkte weltweit, auch in Südamerika. Ohne den primären Markt in den USA aber ginge es gar nicht. Also, „Economies of Scale“, sie brauchen zunächst einmal bestimmte Rollenmuster, bestimmte Situationen, die den primären

Markt bedienen. Das ist ja nichts Negatives, das ist ganz normales ökonomisches Kalkül, dagegen spricht zunächst einmal überhaupt nichts. Nur die Folge, dass Jugendliche in weiten Bereichen der Welt – nicht in Indien, weil die haben ihr eigenes Bollywood, und auch nicht in China – die verschiedenen Ecken New Yorks‘ und Los Angeles‘ besser kennen als ihre Heimatstadt oder jedenfalls Städte in ihrem Heimatland und dass sie mit ganz bestimmten Rollenmustern aufwachsen, die eben einer anderen Kultur angehören. Auch das wäre ja nicht weiter schlimm. Schlimm wird es dann, wenn das das Einzige, oder fast das Einzige ist, was übrigbleibt in dieser „Economy of Scale“, im Bereich des Films und diese Jugendlichen dieser Altersgruppen nur noch Filme dieser Art sehen. Und jetzt kommt das Paradoxe, und darüber streite ich gerne mit Ökonomen: Es gibt bislang keine wirklich verlässliche ökonomische Theorie zu dieser Problematik.

Es gibt eine Merkwürdigkeit und die besteht z. B. in Folgendem: Frankreich hat sich in den letzten schwierigen Jahren auf dem Pop-, Rock-Musikmarkt relativ gut behaupten können, besser als alle westeuropäischen Länder. Frankreich hat auch im Bereich des Films eine höhere Quote von Kinogängern als alle westeuropäischen Länder. Wenn man genauer hinschaut, dann hängt das meines Erachtens ganz zweifelsfrei damit zusammen, dass es staatliche Vorgaben gibt. Neuheitenquote und Sprachquote in Kombination - das zu erklären ist kompliziert und würde hier den Rahmen sprengen. Jedenfalls führt das dazu, dass die „Economy of Scale“ nicht voll durchschlägt. Das heißt, sie halten eine relativ breite Vielfalt und erreichen damit ein breiteres Spektrum von Interessenten, das Durchschnittsalter ist höher, es sind nicht nur mehr die 16- bis 22.-jährigen, sondern auch 35-jährige, die ins Kino gehen, weil auch für ihren Filmgeschmack etwas da ist. Die dominierende Nachfrage schlägt also nicht voll durch. Ich habe deswegen in meiner Zeit als Kulturstaatsminister gesagt: Lasst uns über eine Quote nachdenken, nicht im Sinne eines nationalen Protektionismus, sondern lediglich im Sinne von Bewahrung von Vielfalt. Und das nicht nur in der Gestalt, dass der Staat aufgefordert wird, Geld zu geben für dasjenige, was es auf dem Markt schwer hat und der Staat auch in seiner kulturpolitischen Rolle lediglich als Produzent gewissermaßen auftritt - das führt das sehr rasch an die Grenzen der Etats, insbesondere der Kommunen – sondern in der Gestalt, dass er strukturelle Bedingungen setzt. Er unterhöhlt damit genau gesehen gar nicht den Markt, denn der Markt lebt immer im Rahmen struktureller Bedingungen, jede Umweltrichtlinie ist eine strukturelle Bedingung. Wir setzen Struktur und innerhalb dieser Strukturen wirken wieder die Marktgesetze. Ich glaube, dass man also diesen Ansatz sehr viel ernsthafter verfolgen muss als das bislang der Fall ist. Bei uns gibt es da starke Hürden. Als ich das damals vorgeschlagen habe, kam zum Beispiel gerade von einer jungen Grünen-Abgeordneten im Bundestag ganz heftiger Widerstand, weil sie schlimme Assoziationen an DDR und Deutschtümelei hatte. Ich kann das gut verstehen, nur ich glaube, man muss einmal das Prinzip begriffen haben. Es geht nicht darum, jetzt hier in Deutschland dafür zu sorgen, dass wir überwiegend deutschsprachige Musik hören, sondern es geht darum, dass wir nicht ausschließlich oder fast ausschließlich diejenige Musik hören, die einen bestimmten größeren Markt bedient und damit die Vielfalt marginalisiert. In diese Richtung, glaube ich, müssen wir sehr offen diskutieren, um den Staat nicht auf Dauer auf diese Rolle fest zu nageln und zu sagen: Was immer ihr kulturpolitisch wollt, das müsst ihr eben dann entsprechend finanzieren und wenn keine Finanzmittel da sind, dann wird eben das entsprechend an die privaten Märkte abgegeben.

Und jetzt zum Schluss, um diese verschiedenen Fäden zusammenzuführen: Was ist eigentlich unsere Vision? Ich fand das sehr gut was Christine Merkel gesagt hat: es geht nicht so sehr darum, Identitäten zu wahren – das natürlich auch, kulturelle Erinnerungen, Bindungen, Traditionen dürfen nicht durch den globalen Markt platt gemacht werden - , sondern es geht auch um eine neue Dynamik der Vielfalt, die es oft erst wahrzunehmen gilt. Ich denke z. B. an diese wunderschönen Filme, die im eurasischen Bereich, Tadschikistan und so weiter, entstehen, und die meistens ein merkwürdiger magischer Realismus durchzieht. Wer nimmt die überhaupt wahr? Tun wir da genug, um solche faszinierenden kulturellen Produkte wahrzunehmen und damit vielleicht eine kulturelle Brücke in den Osten schlagen? Die kulturelle Aufmerksamkeit in Europa war traditionell und ist bis heute immer nach Westen gerichtet, im

Augenblick sehr stark in die USA. Diese Umkehrung der kulturellen Aufmerksamkeit oder Ausbalancierung ist, glaube ich, auch für die Identität Europas ganz wichtig, damit wir überhaupt sehen, was Europa für eine Substanz hat und wie vielfältig diese Substanz ist. Also, in diese Richtung, denke ich, müssen wir uns bewegen und wir sollten uns nicht in die Rolle drängen lassen, wir wollen jetzt einen kleinen Schrebergarten, der herausgenommen ist aus den Regeln des globalen Marktes, sondern wir sollten viel breiter diskutieren: welche Strukturen, welchen politischen Gestaltungswillen bedarf eine Globalisierung, die human verträglich ist und das betrifft nicht nur die Kultur.

Dankeschön.