

**Krawinkler Stephanie A. und Susanne Oberpeilsteiner (Hg.).** Das Fremde. Konstruktionen und Dekonstruktionen eines Spuks. *Reihe Ethnologie* Bd. 35, Wien, Berlin: LIT Verlag. 2008. 144 pp. ISBN 978-3-8258-1663-6

Preis: € 19,90

Eine Gruppe engagierter Studierender (Hanna M. Klien, Aleksandra Kolodziejczyk, Stephanie A. Krawinkler, Susanne Oberpeilsteiner, Caroline Purps und Stefan Weghuber) hat, angeregt durch ein Seminar von Peter H. Karall am Institut für Kultur- und Sozialanthropologie der Universität Wien, ihre Seminar-Beiträge für das Buch „Das Fremde. Konstruktionen und Dekonstruktionen eines Spuks“ zu Artikeln erweitert.

Die Herausgeberinnen Stephanie Krawinkler und Susanne Oberpeilsteiner haben sich zum Ziel gesetzt, sich mit diesem Band an den Begriff des „Fremden“ anzunähern, wobei sie gleich zu Beginn davon ausgehen, dass in der österreichischen Gesellschaft das Fremde oft als „Quelle des Konflikts gesehen [wird], als etwas Unbekanntes und (daher) Beängstigendes oder Abschreckendes“ (S. 9).

Behandelt werden Konzepte rund um die Auseinandersetzung mit „dem Fremden“: die Kritische Diskursanalyse, Multikulturalismus und Diversity Management. Jeweils zu den theoretischen und historischen Konzept-Analysen wird ein Fallbeispiel herangezogen – eine Analyse des SPÖ-Wahlprogramms in Wien etwa erfolgt mithilfe der Kritischen Diskursanalyse; Begegnungen zwischen Afrikanern und ÖsterreicherInnen zu Ende des Zweiten Weltkrieges in Vorarlberg werden als historischer Rückblick auf „multikulturelle“ Begegnungen analysiert; ein Einblick in Produktwerbung (Fanta) eines Betriebes erfolgt als Weiterführung einer kultur- und sozialanthropologischen Auseinandersetzung mit wirtschaftlichen Gegebenheiten, eine Analyse der BA-CA (damals Bank Austria Creditanstalt) im Hinblick auf ihr Diversity Management.

Zu Beginn bietet Caroline Purps eine kritische Beschau der Critical Discourse Analysis (CDA), wobei sie als Ausgangspunkt festhält, „wenn in Alltagsgesprächen die *Fremden* in einem gewissen Kontext erwähnt werden, wissen im Allgemeinen alle, was gemeint ist; ein bestimmtes Bild erscheint vor dem geistigen Auge. Denn das *Fremde* als etwas Vages bietet eine große Projektionsfläche für allerlei Vorstellungen, seien diese positiv oder negativ. Die Qualität dieser Bilder hängt maßgeblich von den jeweils dominierenden Diskursen ab – im Plural, da die Konnotation des *Fremden* je nach gesellschaftlichem Bereich variiert“ (S. 23).

Purps sieht die Stärke der CDA darin, dass sie ermöglicht, Widersprüche, Ideologien und Konstruktionen von *Fremdbildern* etc. aufzuzeigen – wobei die Autorin kritisiert, dass über dieses Aufzeigen nicht hinausgegangen werden kann. Es fehle die „konkrete Schlussfolgerung aus der Analyse“ (S. 26).

Im folgenden Beitrag zeigt Aleksandra Kolodziejczyk mittels der CDA auf, wie die Sozialdemokratische Partei Österreichs in Wien im Rahmen ihrer Werbekampagne 2005 für die Landtagswahl die Stadt als Projektionsfläche zur Identitätsbildung nutzte. Demnach „symbolisiert die Stadt Wien aus Perspektive der SPÖ das *Eigene*, das zum Ausgangspunkt der Relation *Eigenes-Fremdes* wird“ (S.36). Im Hinblick auf „die Fremden“ kommt die Autorin zu dem Schluss, dass diese der SPÖ als Projektionsfläche zur Selbstinszenierung dienen, nicht jedoch als gleichberechtigt gelten: „Das *Fremde* hat nur dann eine Existenzberechtigung für die SPÖ, wenn es sich für die Konstruktion der Eigenheiten Wiens als dienlich erweist“ (S. 51).

Susanne Oberpeilsteiner setzt sich mit den Konzepten von Multikulturalität und Multikulturalismus auseinander. Ausgehend von Multikulturalität als Prozess, der sich grundlegend von einem essentialistischen Kulturverständnis unterscheidet, betont sie die dynamische und

bedeutungsorientierte Komponente von Kultur. Multikulturalismus bezeichnet laut Oberpeilsteiner „Theorien, die sich mit dem Umgang mit Multikulturalität beschäftigen, sowie politische oder pädagogische Strategien und Programme, mit deren Hilfe versucht wird, Multikulturalität zu organisieren“ (S. 62f.).

Nach einer historischen Aufarbeitung der Begriffe in den Sozialwissenschaften führt sie gegenwärtige Konzepte von drei WissenschaftlerInnen – Will Kymlicka, Susan Moller Okin und Frank-Olaf Radtke – an und liefert jeweils eine umfassende und auch kritische Betrachtung. Im Mittelpunkt steht die Frage nach Gruppenrechten im Hinblick auf liberale Weltanschauungen: Dienen diese als Schutzmechanismen oder befestigen sie kulturelle Traditionen, die unter Umständen nicht mit liberalen Anschauungen in Einklang stehen? Wo stehen Frauenrechte in kulturellen Gruppen? Werden strukturelle Probleme womöglich einfach auf eine kulturelle Ebene umgeschichtet? Es gilt einerseits Machtungleichgewichte in der Diskussion rund um Multikulturalismus zu orten und andererseits auch die Differenzierungen innerhalb von (kulturellen) Gruppen zu berücksichtigen. Letztlich steht der Vorwurf im Raum, dass Multikulturalismus genau jene Kategorien reproduziert, die überwunden werden sollen.

Stefan Weghuber befasst sich mit „Begegnungen zwischen Afrikanern und ÖsterreicherInnen um 1945, am Beispiel Vorarlbergs“ (S. 85). Seine Ausführungen beschreiben die rassistische und von Vorurteilen geprägte Haltung der Bevölkerung gegenüber dunkelhäutigen Soldaten aus der französischen Armee als Abbild der damals vorherrschenden bekannten Handlungs- und Deutungsmuster. Diese Haltung äußerte sich in erster Linie in der Ächtung von Frauen, die mit solchen Männern eine Beziehung eingingen und eventuell in weiterer Folge ein so genanntes „Mischlingskind“ hatten. Gerade die Kinder aus diesen Verbindungen symbolisierten eine sichtbare Erinnerung an die Begegnung mit „dem Fremden“. Ihre Mütter hatten Sanktionen zu fürchten, bis hin zu Verstoßungen, viele sahen sich gezwungen, ihr Kind zur Adoption in Frankreich freizugeben; offizielle Angaben über die Zahl der „Mischlingskinder“ in der Nachkriegszeit gibt es nicht.

Wenn auch der Autor versucht, Rassismen und Stereotypisierungen aufzuzeigen, häufen sich doch in seinem Text immer wieder begriffliche Ungenauigkeiten und unterschwellige Annahmen, die selbst nicht frei von Stereotypisierungen sind. Beispielsweise ist von „Afrikanern“ die Rede, wodurch ein verallgemeinerndes Bild des Kontinents durchaus bestärkt wird; er verwendet den Ausdruck „schwarze Hautfarbe“, wobei man in Bezug auf Hautfarben nicht plakativ von „schwarz“ oder „weiß“ sprechen kann; Ausdrücke wie „Einmarsch der Franzosen“ differenzieren zu wenig zwischen Militär und Zivilbevölkerung (letztlich ist die französische Armee einmarschiert, und nicht „die Franzosen“); es wird durchgehend von „Verhältnissen“ oder „Affären“ der Vorarlbergerinnen mit „Afrikanern“ gesprochen – ein eher abwertender Begriff für eine Liebesbeziehung. Trotz dieser Schwächen hat Weghuber mit seinem Artikel dazu beigetragen, dass dieser „sehr emotionale Teil österreichischer Geschichte“ (S. 93), der seinen Ausführungen zufolge lange totgeschwiegen wurde, ins Bewusstsein einer breiteren Öffentlichkeit gerückt ist.

Diversity Management aus einem kultur- und sozialanthropologischen Blickwinkel mit Fokus auf die Situation in Österreich ist das Thema von Stephanie A. Krawinkler im nächsten Beitrag. Sie führt aus, dass „Diversity Management zunächst von der Annahme ausgeht, dass alle Beschäftigten in einer Organisation ungleich sind und daher auch ein Anrecht auf Ungleichbehandlung haben“ (S. 99). Es geht dabei darum, die Vielfalt diverser Dimensionen zu berücksichtigen. Um welche Dimensionen es sich handelt, wird jeweils von der Organisation bestimmt, wobei sie von sechs Aspekten personeller Vielfalt als Kerndimensionen ausgeht: Alter, Behinderung, Ethnizität/Herkunft, Geschlecht, Religion und sexuelle Orientierung.

Überraschend sind die zahlreichen Vorteile, die einem Unternehmen erwachsen können, wenn es Diversity Management anwendet, unter anderem kann qualifiziertes Personal angezogen

werden, die MitarbeiterInnen fühlen sich wohler, sind motivierter, eine verbesserte interne Zusammenarbeit ist die Folge. Heterogene Teams bringen kreativere Lösungen hervor, neue Marktsegmente können erschlossen werden – wenn etwa mehrsprachige MitarbeiterInnen Kontakt zu neuen KundInnen aufbauen können.

Krawinkler beschreibt, dass in Österreich Diversity Management keineswegs durchgängig praktiziert wird, präsentiert aber als positives Beispiel die Herangehensweise der BA-CA, die in ihrem Diversity-Management-Programm die Dimensionen Gender, Kultur, Generationen, Gesundheit und Lebensweise berücksichtigt. Bei der Dimension „Kultur“ zeigte sich, dass neben einer Unternehmenskultur von einer Nationalkultur ausgegangen wird – wodurch die Brücke zur Kultur- und Sozialanthropologie geschlagen werden kann. In ihrem Grundverständnis kann die Kultur- und Sozialanthropologie einen Beitrag zur Diversity-Forschung liefern: „Das Instrumentarium der Kultur- und Sozialanthropologie wie die teilnehmende Beobachtung und die bewusste Auseinandersetzung mit Individuen und deren sozialen Beziehungen eignet sich hervorragend für Diversity Management. Reflexion ist Bestandteil der kultur- und sozialanthropologischen Ausbildung“ (S. 110).

Im letzten und abschließenden Beitrag geht Hanna M. Klien davon aus, dass in der Produktwerbung „der Anschein erweckt werden muss, dass das Fremde eine nötige Ergänzung der eigenen Identität [...] darstellt“ (S. 119). Das Fremde wird in der von ihr untersuchten Werbung für das Getränk Fanta zur Projektionsfläche: der Werbespruch „Trinke Fanta – sei Bamboocha!“ dient als Grundlage für die Analyse. Auffallend scheint das weitreichende Konzept der WerbemacherInnen, die auf der Fanta-Homepage sogar zum Chat einladen. Dort wird auch verdeutlicht, was mit Bamboocha gemeint ist – es geht um ein erfundenes Konzept, basierend auf einer hawaiianischen Inselromantik, das Bedürfnisse aufgreift, die in der individualisierten konsumorientierten Gesellschaft zu kurz kommen: „Die zugeschriebenen Merkmale stehen im Gegensatz zur westlichen alltäglichen Lebenswelt: Die Menschen haben Zeit, die Natur ist unberührt, zwischenmenschliche Beziehungen gestalten sich unkompliziert, statt Arbeit Spaß, Strand und Sonne“ (S. 126).

Das Bamboocha-Konzept spricht in erster Linie Jugendliche an – auf der einen Seite das Bedürfnis nach Loslösung von der Familie, also nach Individualisierung, das in der Pubertät hervortritt. Auf der anderen Seite bietet es ein Gemeinschaftsgefühl, eine Identität. Es wird scheinbar durch Bamboocha (also durch den Konsum von Fanta) ein Bogen zwischen zwei widersprüchlichen Bedürfnissen gespannt – jenem nach Individualisierung und jenem nach Zugehörigkeit zu einer Gruppe – und das passiert über die Identifikation mit „dem Fremden“ als Projektionsfläche.

Auflockernd wirkt in dem Sammelband die Anordnung von einerseits eher theoretischen und andererseits sehr praxisbezogenen Beiträgen. Wobei selbst in den theoretischen Beiträgen meist ein praktisches Feldforschungsbeispiel zur Veranschaulichung angeführt wird. Dass sich nahezu alle Artikel eingangs mit Begriffsklärungen herumschlagen, wirkt gegen Ende jedoch etwas ermüdend – wobei eine gewisse Notwendigkeit der begrifflichen Abgrenzung und Positionierung der einzelnen BeiträgerInnen durchaus nachvollziehbar ist. Einige der Beiträge weisen allerdings noch ein wenig den Charakter von Seminararbeiten auf.

Zusammenfassend kann vermerkt werden, dass die Artikel zum Teil durchaus einen Beitrag zur gegenwärtigen Diskussion rund um die Konstruktion und Dekonstruktion „des Fremden“ leisten, der für die intensive Auseinandersetzung mit der Thematik impulsgebend und weiterführend sein kann.