

HEIMAT DES PLURALISMUS

Kommunikation in Europa

von Prof. Dr. Rainer Zimmermann

Europas Vielfalt muss nicht belegt werden. Die Einsicht in die Heterogenität und Vielschichtigkeit sowohl des Kontinents wie auch der Europäischen Union ist eine unwidersprochene Grundposition aller Europäer, die sie in der Regel mit großem Stolz und als Kern ihres europäischen Selbstverständnisses vortragen. Europas Einheit hingegen bedarf stets harter Argumente, umgesehen und akzeptiert zu werden, obwohl sie ebenso wie die Vielfalt eine unwiderlegbare Realität ist. Wie immer im Leben ist es wohl leichter, die Unterschiede zu sehen, viel schwerer offenbar, die Gemeinsamkeiten zu entdecken. Die gemeinsame Währung, der Euro, hat aufgrund ihrer Anschaulichkeit und alltäglichen Erlebbarkeit zweifellos Fortschritte im europäischen Gemeinschaftsgefühl bewirkt. Abstrakt bleibt jedoch für die meisten Menschen die Tatsache, dass die Gesetze und Verordnungen der Mitgliedsstaaten mittlerweile zu rund 70% harmonisiert sind, dass die EU eine einheitliche legale und auch ordnungspolitische Plattform bildet. Auch die zunehmende Angleichung der Lebensverhältnisse, Werteorientierungen und des Konsumverhaltens der Menschen zumindest in den westeuropäischen Mitgliedsstaaten bleibt Herrschaftswissen der Marktforscher, Demoskopien und Entscheider und ist bisher kaum in das Alltagsbewusstsein eingedrungen. In der Tat lassen sich aber kaum noch Unterschiede finden zwischen Deutschen, Spaniern, Franzosen, Italienern, Engländern und anderen, sofern man denn innerhalb von segmentierten soziodemographischen Gruppen, so genannten Milieus, vergleicht. Etwa zwölf in sich vergleichbare und untereinander trennscharfe Milieus lassen sich europaweit identifizieren. Die Menschen, die diesen Milieus angehören, unterscheiden sich weder in ihren Grundwerten noch in ihrem Lebensstil und Konsumverhalten, unabhängig davon, welchem Land sie angehören. Während das Marketing bereits auf die einheitliche europäische Spielfläche umstellt, werden die Menschen jedoch vermutlich fortfahren, sich als sehr unterschiedlich und sehr vielfältig zu erleben. Pluralismus macht mehr Spaß als Uniformität, jedenfalls in Europa.

Deshalb kann Europa mit großem Recht als Heimat des Pluralismus gelten. Er ist hier erfunden und kultiviert worden, er wird hier gelebt und ist fester Bestandteil unserer ideologischen Folklore. Nirgendwo sonst gibt es eine vergleichbare Fülle an Institutionen, Behörden, NGOs und miteinander konkurrierenden Entscheidungsinstanzen, nirgendwo sonst existiert eine vergleichbar diversifizierte und vielfältige Medienlandschaft. All diese Instanzen kommunizieren, verbreiten Informationen und Botschaften, beteiligen sich an Meinungsbildungsprozessen und wirken auf die Öffentlichkeit ein. Pleon hat im Jahre 2004 eine Meinungsumfrage in den USA, Deutschland, Frankreich, England, Spanien und Italien durchgeführt, die

eine einzige Frage stellte: „Wie sollen ihrer Meinung nach die politischen Entscheidungen für ihr Land getroffen werden. Wünschen Sie sich starke Führer an der Spitze der Regierung, die diese Entscheidungen treffen, oder wünschen Sie sich breite öffentliche Diskussionen und föderale Prozesse im Ringen um diese Entscheidungen?“ Es war keine Überraschung, dass die Bürger der USA mit einer deutlichen Mehrheit von 65% für eine Leadership-Kultur plädierten, während die europäischen Länder umgekehrt mit minimal 65% in Frankreich und maximal 85% in Deutschland öffentliche Diskussionen und föderale Prozesse bevorzugen. Die Umfrage bestätigt die ausgeprägte Debattenkultur Europas und die tief in der europäischen DNA verankerte Liebe zum Föderalismus und zur Vielfalt. Darin enthalten ist im übrigen auch ein grundsätzlich anderes Verhältnis zu Minderheitsmeinungen. Während beispielsweise in den USA, aber auch in Asien, Meinungsbildungsprozesse auch zu einem Ende kommen können, wenn Mehrheitsentscheidungen getroffen wurden, hat Europa die Eigenart, Minderheitspositionen ad infinitum im Diskurs mitzunehmen und sich immer wieder damit auseinanderzusetzen, auch wenn das Meinungsparadigma der Mehrheit längst gesetzt ist. Europa ist auch die Heimat nie endender Debatten.

Diese Momente einer kulturellen europäischen Verfassung prägen die Kommunikationslandschaft in hohem Maße. Kommunikation in Europa ist immer ein wenig komplexer, langwieriger und auch subtiler als anderswo. Ein Einfluss auf Meinungsbildungsprozesse setzt eine breite Vernetzung mit Meinungsbildnern und ein tiefes Verständnis aller involvierten Aspekte voraus. Während England als einziges europäisches Land in seinen Verhaltensmustern eher den USA und dem globalen angelsächsischen Stil ähnelt, hat Kontinentaleuropa einen spezifisch anderen Kommunikationsstil entwickelt, der auch nur von Kontinentaleuropäern beherrscht wird und außerhalb dieses Einflusskreises häufig Irritationen auslöst. Selbstredend ist Pluralismus ein akzeptierter Wert auch insgesamt in der westlichen Welt, als Kulturtechnik der modernen, aufgeklärten und partizipativen Gesellschaft dürfte sie aber nirgends so ausgiebig trainiert und gepflegt werden wie in Kontinentaleuropa.

Veröffentlicht in: Management in Europa. Interkulturelle Kommunikation und Kooperation in den Ländern der EU. Hg. Susanne Müller. Frankfurt/New York 2007.