

Werbung, Werte, Wettbewerb - wohin steuert die Auswärtige Kulturpolitik?

Maaß, Kurt-Jürgen

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sonstiges / other

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Maaß, K.-J. (2013). *Werbung, Werte, Wettbewerb - wohin steuert die Auswärtige Kulturpolitik?* (ifa-Edition Kultur und Außenpolitik). Stuttgart: ifa (Institut für Auslandsbeziehungen). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-54833-7>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>



ifa-Edition Kultur und Außenpolitik

**Werbung, Werte, Wettbewerb –
wohin steuert die Auswärtige
Kulturpolitik?**

Kurt-Jürgen Maaß

ifa-Edition Kultur und Außenpolitik

**Werbung, Werte, Wettbewerb –
wohin steuert die Auswärtige Kulturpolitik?**

Abschiedsvorlesung am 24. April 2013 an der
Universität Tübingen

Kurt-Jürgen Maaß

Impressum

Diese Publikation ist im Rahmen der Abschiedsvorlesung von Prof. Dr. Kurt-Jürgen Maaß, Honorarprofessor am Institut für Politikwissenschaften der Universität Tübingen, am 24. April 2013 an der Eberhard Karls Universität Tübingen entstanden.

Herausgeber
Institut für Auslandsbeziehungen e. V. (ifa)
Stuttgart und Berlin

Redaktion und Lektorat
Verena Krautter
Claudia Judt

Satz und Gestaltung / Bildnachweis
Verena Krautter

Druck
ConBrio Verlags GmbH, Regensburg

Institut für Auslandsbeziehungen e. V. (ifa)
Charlottenplatz 17
70173 Stuttgart
Postfach 10 24 63
D-70020 Stuttgart

info@ifa.de
www.ifa.de

© ifa 2013

INHALTSVERZEICHNIS

Werbung, Werte, Wettbewerb – wohin steuert die Auswärtige Kulturpolitik?	
Kurt-Jürgen Maaß	5
Laudatio	
Andreas Hasenclever	18
Literatur	22
Zu den Autoren	24

WERBUNG, WERTE, WETTBEWERB – WOHIN STEUERT DIE AUSWÄRTIGE KULTURPOLITIK?

„Die Außenkulturpolitik spielt auf der ersten Bühne und gehört zum Fundament der Außenpolitik. Sie ist eine tragende Säule deutscher Außenpolitik.“

Werbung, Werte, Wettbewerb – wohin steuert die Auswärtige Kulturpolitik?

von Kurt-Jürgen Maaß

Ende der 60er-Jahre habe ich zum ersten Mal bewusst zur Kenntnis genommen, dass es eine Außenkulturpolitik (AKP) gab. Sie beschränkte sich damals auf die Werbung für das neue demokratische Deutschland (das „bessere“ Deutschland im Vergleich zur DDR) und auf die Information darüber, wie Deutschland seine verbrecherische nationalsozialistische Vergangenheit aufarbeitete. Miterlebt habe ich Ralf Dahrendorf als Staatssekretär im Auswärtigen Amt und seine neuen Impulse für die Einsetzung einer Enquete-Kommission Auswärtige Kulturpolitik des Deutschen Bundestags, den Bericht des Bundestags von 1975 sowie die Debatten um die Umsetzung der Vorschläge in praktische Politik: die Erweiterung des Kulturbegriffs, die Einführung der Zweibahnstraße im Kulturaustausch (also nicht nur deutsche Kultur ins Ausland, sondern auch Kultur anderer Länder nach Deutschland), die Annäherung von Kulturpolitik und Entwicklungspolitik im Ausland und die beginnende Sorge um die Stellung und Bedeutung der deutschen Sprache in der Welt, sowohl als zweite Fremdsprache als auch als Amts- oder Arbeitssprache in internationalen Organisationen.

Ab 1977 war ich in der Alexander von Humboldt-Stiftung tätig, einer Mittlerorganisation des Auswärtigen Amts für die Auswärtige Kulturpolitik. Fasziniert habe ich das Ende der DDR und den Fall des Eisernen Vorhangs miterlebt. Die neue Schwerpunktbildung der AKP in Richtung Transformationsunterstützung in den ehemals sozialistischen Mitgliedstaaten der UdSSR habe ich

mitgestalten können. Als ich dann 1998 zum ifa (Institut für Auslandsbeziehungen) nach Stuttgart kam, hatten bereits einige weitsichtige Kulturpolitiker begonnen, den euro-islamischen Dialog als neues wichtiges Thema der AKP zu fördern. Verstärkt wurde dies mit dem Erstarren krisenpräventiver Aktivitäten in der Außenpolitik und erst recht nach dem 11. September 2001. Welche Bedeutung gerade dieses Thema heute in der AKP hat, ersieht man schon daraus, dass Mittel für die Krisenprävention inzwischen fast ein Drittel des Etats des ifa ausmachen.

Mit diesen neuen Themen sind Rolle und Bedeutung der AKP in der Außenpolitik in den letzten zehn Jahren in ungeahntem Ausmaß gewachsen. Die AKP ist nun schon lange nicht mehr die „dritte Bühne“ (Dieter Sattler), „dritte Säule“ (Willy Brandt) oder „dritte Dimension“ (Hildegard Hamm-Brücher) der Außenpolitik, sondern sie spielt auf der ersten Bühne und gehört zum „Fundament“ der Außenpolitik (Frank-Walter Steinmeier), ist „eine tragende Säule deutscher Außenpolitik“ (Auswärtiges Amt 2013:5). Und mit den aus den USA zu uns gekommenen Stichwörtern *Soft Power*, *Public Diplomacy* und *Cultural Diplomacy* hat die Diskussion in Deutschland – hier Militäreinsatz und politische Macht (*Hard Power*), dort Kultureinsatz, Dialog- und Überzeugungsarbeit (*Soft Power*) – eine neue Qualität und Dimension erreicht.

Parallel hierzu – und das ist die gute Nachricht für die Hochschulen – hat sich auch eine ungeahnte Dynamik in der wissenschaftlichen Begleitforschung und in der akademischen Lehre entwickelt: In mehr als zehn geistes- und sozialwissenschaftlichen Fachrichtungen und an mehr als 30 Hochschulen werden Themen der AKP behandelt und den Studierenden angeboten. Der vielzitierte Satz von Volker Rittberger

aus dem Jahr 2001, die AKP sei ein „Stiefkind der Forschung“, lässt sich heute nicht mehr halten. Allein die Sammlung der ifa-Bibliothek von Examensarbeiten und Dissertationen aus den letzten zehn bis fünfzehn Jahren ist auf über 1.500 Einträge gewachsen.

Ich möchte im Folgenden die gegenwärtige AKP nach drei Schlüsselwörtern systematisieren und analysieren:

- nach den Ansätzen für eine Werbung für Deutschland und für die Ziele deutscher Außenpolitik,
- nach den Ansätzen zur Förderung eines Dialogs über Werte und Wertvorstellungen und deren Bedeutung im Rahmen der Außenpolitik und
- nach dem zunehmenden internationalen Wettbewerb in der AKP, der Deutschland unter Druck setzt und neue Denkansätze erfordert.

Warum interessiert dies alles? AKP ist Außenpolitik, und die Politikwissenschaft möchte beschreiben und analysieren können, was mit bilateralen und multilateralen Außenbeziehungen zwischen verschiedenen Nationen intendiert wird mit welchen Mitteln und auf welchen Wegen, welche Erfolge oder Misserfolge es dabei gibt und wie sie zu erklären sind. Die Politikwissenschaft bemüht sich dabei, auch hier ordentliche Begriffe zu schaffen und Maßstäbe und Methoden der Analyse zu entwickeln. Den jüngst wieder erhobenen Vorwurf, die AKP-Forschung leide unter einem Mangel an theoretischer und methodologischer Reflexion (Schreiner 2011:448), kann ich in diesem Zusammenhang nicht richtig nachvollziehen. Gerade an der Universität Tübingen geht die AKP-Forschung seit vielen

Jahren neue Wege und orientiert sich dabei zu einem großen Teil an dem hier weiter entwickelten Theoriegebäude Neorealismus, utilitaristischer Liberalismus und Konstruktivismus.

Werbung

Ich beginne mit dem Stichwort Werbung. Charles-Maurice de Talleyrand-Périgord, französischer Außenminister von 1797-1807 und von 1814-1815, soll seinen Botschaftern im Ausland zugerufen haben: „*Faites aimer la France*“ – sorgen Sie dafür, dass Frankreich geliebt wird. Die Aufforderung passt nicht nur auf Frankreich. Auch Deutschland möchte „geliebt“ werden. Außenpolitik ist immer auch werbende Politik: Mit den zur Verfügung stehenden Mitteln wird für deutsche Interessen, deutsche Positionen, deutsche Investitionen, deutsche Exporte, aber auch für deutsche Kultur, deutsche Wissenschaft, deutsche Sprache, den Standort Deutschland geworben.

Geht man auf die Anfänge der deutschen AKP im 19. Jahrhundert und zu Beginn des 20. Jahrhunderts zurück, so findet man Initiativen und Themen, die sich alle dem Stichwort Werbung zuordnen lassen, von den deutschen wissenschaftlichen Instituten im Ausland bis hin zu den deutschen Auslandsschulen, die sich schon früh auch für Kinder aus dem Gastland öffneten und deshalb Anfang des 20. Jahrhunderts sicher nicht zufällig Propagandaschulen genannt wurden. Die Propagandaschulen sollten nicht nur eine sehr gute Schulausbildung anbieten, sondern auch für Deutschland und die deutsche Kultur werben.

Im Jahr 1900 gab es 438 deutsche Schulen im Ausland, 1914 waren es bereits 900 und nach

dem 1. Weltkrieg stieg diese Zahl bis 1928 auf über 1.000. Die Zahlen sagen gleichzeitig etwas aus über die massive deutsche Auswanderung in jener Zeit, denn die Träger der Schulen waren in der Regel deutsche Auswanderer, bis 1900 allein fast fünf Millionen. Der Reichsschulfonds, aus dem die Entsendung deutscher Lehrer an diese Schulen mitfinanziert wurde und der 1905 in die Zuständigkeit des Auswärtigen Amts ging, kann als Beginn einer systematischen deutschen AKP angesehen werden.

„Nach dem 1. Weltkrieg wurde unablässig in Werbungskategorien gedacht. Um diese Werbung glaubwürdiger zu machen, wurden damals die Mittlerorganisationen gegründet und ausgebaut.“

Werbung war auch das Hauptmotiv für die vielfältigen Initiativen des Auswärtigen Amts unter der Leitung von Außenminister Gustav Stresemann 1923 bis 1929. Damals wurde unablässig in Werbungskategorien gedacht: Wie kann man das Ansehen Deutschlands nach dem verlorenen Weltkrieg wiederherstellen? Wie kann Deutschland wieder ein attraktives Land für ausländische Studenten und Wissenschaftler werden? Wie können die Auslandsdeutschen eingesetzt werden, um das Deutschlandbild wieder positiver zu zeichnen? Wie kann das Erlernen der deutschen Sprache genutzt werden, Deutschland wieder als ein Kulturland zu vermitteln?

Um diese Werbung glaubwürdiger und regierungsunabhängiger zu machen, wurden damals die Mittlerorganisationen gegründet und ausgebaut, allesamt Vorgängereinrichtungen der Mittlerstruktur, die wir heute kennen und nutzen: das Deutsche Ausland-Institut (heute das

ifa), die Alexander von Humboldt-Stiftung, der Akademische Austauschdienst (heute DAAD) und die Deutsche Akademie in München (aus der das Goethe-Institut hervorgegangen ist), 1928 schließlich der Weltrundfunksender (heute Deutsche Welle).

Die traditionelle Außenkulturpolitik gehört überwiegend in die Kategorie Werbung

Nach der von Faschismuspropaganda und Kulturimperialismus geprägten Zeit des Nationalsozialismus waren die neuen Ansätze des Auswärtigen Amtes nach 1949 absolut vergleichbar mit denen aus der Weimarer Zeit: Mit den wieder errichteten Mittlerorganisationen wurde für ein neues Deutschlandbild geworben, mit allen Mitteln und allen Themen, die ein solches Bild kurz-, mittel- oder langfristig beeinflussen und prägen können: mit Deutschunterricht, deutschen Auslandsschulen, akademischem Austausch von Studierenden und Wissenschaftlern, Informations- und Kommunikationsangeboten über alle verfügbaren Medien einschließlich Auslandsradio und Auslandsfernsehen bis hin zum *Nation Branding* mit PR-Arbeit, Marketing- und Imagekampagnen.¹

Dieser Teil der AKP hat in den letzten zehn Jahren einen völlig neuen Stellenwert in der öffentlichen und wissenschaftlichen Diskussion erhalten, ausgelöst durch die große Fassungslosigkeit der USA nach dem 11. September 2001 über das katastrophale USA-Bild im Ausland, vor allem in der islamisch geprägten Welt. Das Stichwort heißt *Public Diplomacy* und hat speziell in den USA zu einer ganze Bücherwände füllenden

Literatur geführt, verstärkt durch die Diskussion um den von Joseph Nye Jr. in den 90er-Jahren geprägten Begriff außenpolitischer *Soft Power*.

Beide Begriffe gehören eng zusammen. *Soft Power* wird definiert als die Fähigkeit eines Landes, mit seinem Vorbild, seiner Attraktivität und seiner moralischen Autorität andere Länder dazu zu bringen oder zu überzeugen, seinen Beispielen zu folgen und seine Sichtweisen zu übernehmen, in Nye's Worten: „*Getting others to want the outcomes that you want*“ (vgl. Schreiner 2011:73). *Public Diplomacy* ist ein Teil der Umsetzung von *Soft Power* und versucht, durch internationale Kommunikation die positiven Aspekte eines Landes, die besondere Bedeutung seiner Werte und Ideale, seiner Kultur, seiner Außenpolitik in ein anderes Land zu vermitteln, um dort die öffentliche Meinung, spezielle Gruppen und Nichtregierungsorganisationen sowie auch Multiplikatoren und Herrschaftseliten positiv zu beeinflussen. Dabei wird unterstellt, dass ein solches Vorgehen das Bild eines Landes im Zielland verändert und die öffentliche Meinung dementsprechend Druck auf ihre Regierung macht, eine eventuell bestehende Feindseligkeit oder ablehnende Einstellungen zu revidieren (Gilboa 2008:59). Nicholas J. Cull beschreibt *Public Diplomacy* als „*an international actor's attempt to conduct foreign policy by engaging with a foreign public*“, und zwar auf fünf verschiedene Arten: „*listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange and international news broadcasting*“ (Cull 2010: 257-284).

Diese neuen Wege der Werbung nutzen alle Themen und Instrumente der traditionellen AKP. Sie sind nur erfolgreich, wenn sie maßgeschneidert werden auf die mittel- und langfristigen außenpolitischen Ziele eines Landes gegenüber einem bestimmten anderen Land

¹ Zum *Nation Branding* s. Dinnie 2008

oder einer Gruppe anderer Länder. Solche Ziele können allgemein sein wie beispielsweise Friedenssicherung, politische Stabilität, religiöse Toleranz. Sie können aber auch der Bekämpfung von Vorurteilen und Stereotypen in bestimmten Ländern oder der Steigerung der Exporte oder der Sicherung von Investitionen gelten. Die gewollte Migration („Kampf um kluge Köpfe“), vor allem im Interesse des deutschen Hochschulsystems, gehört ebenfalls als Ziel genannt.

Eytan Gilboa hat in einem Beitrag für die *American Academy of Political and Social Science* vor fünf Jahren (vergeblich) versucht, eine „*Theory of Public Diplomacy*“ zu formulieren und dabei festgestellt, dass das Hauptproblem die dafür erforderliche Multidisziplinarität ist, denn es ist notwendig, den Blick nicht nur aus den Sozialwissenschaften auf das Thema zu richten, sondern auch aus anderen Fachrichtungen (Gilboa 2008). Eine fächerübergreifende Theorienbildung ist allerdings noch schwieriger als ein solches Vorhaben innerhalb eines einzelnen Fachs wie beispielsweise in der Politikwissenschaft. Interessant ist dabei, dass Gilboa eine enge Zusammenarbeit zwischen Wissenschaftlern und Praktikern für unabdingbar hält, um zu einer „kohärenten Theorie“ gelangen zu können. Darüber hinaus empfiehlt Gilboa dringend eine verstärkte und systematische Evaluation aller Praktiken und Aktivitäten.

Als Resümee lässt sich festhalten: Die traditionelle AKP wie auch die mit Öffentlichkeitsarbeit im Ausland verbundene *Public Diplomacy* gehören überwiegend in die Kategorie Werbung.

Wertedialog

Während es bei der Werbung in der Regel darum geht, dass AKP etwas für das eigene Land und die eigenen Interessen erreicht, zielt der Wertedialog auf etwas ganz anderes, nämlich auf das Zielland, und der Dialog soll dazu beitragen, dass das Zielland sich verändert. Man wird nun einwenden, dass es gerade in der *Soft Power*-Diskussion der USA eigentlich um nichts anderes geht als darum, selbst unverändert zu bleiben und andere Länder dazu zu bringen, sich den außenpolitischen US-Interessen unterzuordnen und sich selbst dementsprechend zu ändern. Der Einwand ist schwer zu widerlegen. Nyes Ansatz ist purer Neorealismus, es geht um die Erhaltung der US-Weltmachtstellung. Aber für ein Land wie Deutschland ist die Unterscheidung doch ohne weiteres möglich und auch notwendig.

„Deutschland hat in der Vergangenheit mehrfach den Wertedialog in den Mittelpunkt seiner Außenkulturpolitik gestellt.“

Deutschland hat in der Vergangenheit mehrfach den Wertedialog in den Mittelpunkt seiner AKP gegenüber bestimmten Ländern gestellt; ich erinnere nur an Griechenland, Spanien und Portugal in den 70er-Jahren, aber auch an die AKP gegenüber Entwicklungsländern mit dem Druck, sich zu demokratisieren, Meinungsfreiheit und Meinungsvielfalt zuzulassen oder mehr Rechtsstaatlichkeit einzuführen.

Nach 1990 war für mehr als zehn Jahre ein absoluter Schwerpunkt der AKP die Unterstützung von ehemals sozialistischen Staaten Mittel- und Osteuropas bei ihrer Transformation

zu Demokratie, Marktwirtschaft, Pluralität und damit zugleich bei dem Bemühen, EU-Reife zu erlangen. Eine Aufgabe in diesem massiven Ausmaß hatte Deutschland in seiner AKP davor noch nie zu bewältigen gehabt. Die USA stellen immer ihre Leistungen nach 1945 bei der Transformationsunterstützung in Japan und Deutschland als Modell dar. Aber diese beiden Beispiele kann man nur sehr begrenzt mit der Situation nach 1990 vergleichen. Japan und Deutschland waren nach dem Zweiten Weltkrieg über lange Jahre besetzte Länder und Kriegsverlierer, die Staaten Mittel- und Osteuropas hingegen ab 1990 freie Nationen.

In der deutschen Außenpolitik führten die Erfahrungen nach 1990 zu einem neuen und erweiterten AKP-Konzept, der „Konzeption 2000“ von Außenminister Fischer nach Antritt der rot-grünen Koalition von 1998. In dieser Konzeption hieß es u. a. (Auswärtiges Amt 2000:1):

„Die Auswärtige Kulturpolitik ist integraler Teil unserer Außenpolitik. Sie ist an den allgemeinen Zielen und Interessen der deutschen Außenpolitik – Sicherung des Friedens, Konfliktverhütung, Verwirklichung der Menschenrechte, partnerschaftliche Zusammenarbeit – ausgerichtet und unterstützt sie.“

„Unsere Kulturarbeit im Ausland ist nicht einfach neutral, sondern orientiert sich an Werten. In Fragen der Demokratieförderung, Verwirklichung der Menschenrechte, Nachhaltigkeit des Wachstums, Teilhabe am wissenschaftlich-technologischen Fortschritt, Armutsbekämpfung oder Schutz der natürlichen Ressourcen bezieht sie eindeutig Position.“

In der Fortschreibung der Konzeption durch die CDU-FDP-Koalition heißt es 2011 nun noch konkreter am Beispiel der Umbrüche in der arabischen Welt (Auswärtiges Amt 2011:5):

„Wir wollen die betroffenen Länder dabei unterstützen, eine tragfähige Demokratie in einer starken Zivilgesellschaft zu verankern. Gleichwohl: Demokratien entstehen nicht über Nacht. Um das Ziel zu erreichen, braucht es einen langen Atem.“

Einige Seiten weiter heißt es dann unter der Überschrift „Krisenprävention / Stabilisierung in Krisenregionen / Angebote für Transformationspartnerschaften“ (a.a.O.:11):

„Kulturdialog und Bildungsangebote können wesentliche Elemente für politische und gesellschaftliche Stabilisierung sein. In konfliktgefährdeten Staaten und Gebieten wollen wir noch frühzeitiger als bisher auch mit Kultur- und Bildungsprogrammen akuten Krisen vorbeugen. Kulturdialogprojekte, Hochschulpartnerschaften, Stipendien, aber auch Kooperationsprojekte im Sportbereich können wichtige Impulse für Stabilisierung, demokratische Entwicklung und zivilgesellschaftliche Öffnung geben. ... Für Länder in politischen Umbruchphasen wollen wir AKBP²-spezifische Angebote beim Institutionenaufbau im Bereich Staat und Recht, Medien, Gewaltenteilung etc. machen ...“

2 Das Auswärtige Amt bezeichnet die AKP seit zehn Jahren (zur Abgrenzung von der Konkurrenz aus dem Bildungs- und Forschungsministerium) als „Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik“ (AKBP). Da die Bildung aber immer zur AKP gehört hat, hat die Literatur das Kürzel überwiegend nicht übernommen.

Die Sinnhaftigkeit dieses außenpolitischen Denkansatzes wurde vor vier Jahren durch eine von der Bertelsmann Stiftung initiierte und finanzierte Studie des Instituts für Politische Wissenschaft der Universität Heidelberg unterfüttert, an der indirekt auch Andreas Hasenclever von unserem eigenen Institut beteiligt war. Aus der Auswertung von 762 Konflikten zwischen 1945 und 2007 ergab sich, dass fast die Hälfte davon kulturelle Ursachen hatte und davon wiederum die Hälfte gewaltsame Konflikte waren. Vier von fünf Konflikten waren innerstaatlich, also innerhalb eines Landes ausgebrochen. Die Gründe für kulturelle Konflikte lagen zu 49% in der Geschichte (historizitär), zu 39% in Religionen oder in gemischt religiös-sprachlichen Auseinandersetzungen und 12% waren rein sprachlicher Herkunft.

Kulturelle Konflikte, so fanden die Wissenschaftler heraus, waren immer besonders gewaltintensiv (vgl. Bertelsmann Stiftung 2009). Für eine Krisenprävention gibt es also in der Kultur viele Ansätze und die Instrumente der Außenkulturpolitik können sich sowohl auf die vorbeugende Verhinderung eines Konfliktausbruchs als auch nach einer Befriedung auf die Nachsorge gegen ein Wiederaufflammen richten, eher weniger auf die Schlichtung akuter Konflikte, für die es in der Regel politische Lösungen braucht.

Das zweite Ziel unter dem Stichwort Wertedialog ist die Transformationsunterstützung, sehr vereinfacht gesagt: die Unterstützung von Veränderungsprozessen in einzelnen Staaten in Richtung Demokratie und Marktwirtschaft. Vorrangige Zielgruppe ist dabei die jeweilige Zivilgesellschaft in den angesprochenen Ländern. Der Begriff ist erst in den letzten zwei Jahrzehnten in die AKP eingedrungen. Die Zivilgesellschaft,

vor allem die Nichtregierungsorganisationen, wurden vor zehn Jahren zum Hoffnungsträger einer neuen internationalen Ordnung. Zivilgesellschaft wird von der Wissenschaft zwischen Staat, Familie und Markt angesiedelt und gilt inzwischen als Schlüssel auf dem Weg zu Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und Konfliktlösungen. „In Demokratien mit einem funktionierenden System der Interessenvertretung“, so schreibt Miriam Egger in ihrer Dissertation über die Auslandsarbeit der politischen Stiftungen,

„wirken zivilgesellschaftliche Organisationen durch die Aggregation und Artikulation gesellschaftlicher Interessen ordnend und strukturierend in einer ansonsten diffusen Interessenlandschaft und bereiten damit die Grundlage für Regierungen, Parteien und andere Institutionen, relevante Interessen gebündelt aufzugreifen und verarbeiten zu können.“ (Egger 2007:179)

Das praktische Vorgehen der AKP ist vielfältig: Es läuft z. B. über die Mittlerorganisationen, die politischen Stiftungen, Nichtregierungsorganisationen, Besucherprogramme, Vorträge, Konferenzen, Stipendien, Beratungsmodule. Der Dialog umfasst Themen wie Grundrechte, Rechtssysteme, politische Partizipation, gute Regierungsführung, Gewerkschaftsbildung, Pressefreiheit oder das Thema Stellung der Frau in der Gesellschaft, aber auch allgemeinere Themen wie Laizismus, das Erziehungswesen, Wissenschaftssysteme, Wirtschaftsreformen, Korruptionsbekämpfung, Umweltschutz, Konfliktlösungsstrukturen. Aus der nervösen Reaktion der russischen Regierung auf die Aktivitäten ausländischer Nichtregierungsorganisationen im Land kann man ersehen, welche Spannungsfelder sich aus der Transformationsunterstützung ergeben können.

Ein wichtiger Dialogpunkt speziell mit islamisch geprägten Ländern ist der dort extrem unterentwickelte regionale Multilateralismus, der sich im Wesentlichen auf nur drei Organisationen konzentriert: der Organisation der Islamischen Konferenz (einem weitgehend wirkungslosen und zerstrittenen Zusammenschluss von 54 islamisch geprägten Staaten), der Arabischen Liga (die sich in den internen Konflikten von Libyen und Syrien erstmalig international sichtbar eingesetzt hat) und dem von Saudi-Arabien dominierten und damit rein sunnitisch orientierten Golfkooperationsrat.

Viele der Themen rufen nach einem internationalen Beratungsansatz

Wir können uns im Westen eine Welt ohne die großen und kleinen internationalen Organisationen gar nicht mehr vorstellen. Ihre Effekte auf unsere Außenpolitik, dass nämlich jedes Land internationale Verantwortung übernimmt und damit zwangsläufig weit über die nationalen Interessen hinausblicken muss, sind bisher in der islamisch geprägten Welt nur rudimentär vorhanden, wären aber höchst wünschenswert und sind deshalb seit Langem Teil des Wertedialogs mit diesen Regionen.

Nun wird man als Beobachter der Ansätze für einen Wertedialog in der AKP bald gewahr, dass große Teile der Aufgaben mit nationalen AKP-Ansätzen gar nicht erfüllbar sind. Viele der genannten Themen rufen vielmehr nach einem internationalen Beratungsansatz, z. B. über die Europäische Union. Goethe, Beethoven, Pina Bausch und Gerhard Richter werden immer ein originärer Teil der deutschen AKP bleiben, aber Themen wie Demokratieentwicklung, Koexistenz von Religionen, Integrationsstrategien für

Zuwanderer, Umgang mit Minderheiten, Konfliktprävention oder Multilateralisierung kommen mit einer ungleich höheren Glaubwürdigkeit auf den Dialogtisch, wenn sie von mehreren Ländern gemeinsam und unter dem Dach der EU angesprochen werden.

Europa steht für Aufklärung, Fortschrittsglauben und Toleranz. Auch eine Anregung, Gewaltkonflikte der eigenen jüngeren Geschichte zu thematisieren und damit möglichen Versöhnungsprozessen zuzuführen, ist wesentlich leichter von der EU zu geben als von einem Land wie Deutschland mit seiner verwickelten eigenen schwierigen Geschichte des 20. Jahrhunderts. Die EU-Außenbeauftragte Catherine Ashton hat auf diesen immer wichtiger werdenden Teil der Außenpolitik beim Zuschnitt ihrer neuen EU-Aufgabe zwar zunächst verzichtet, doch lag dies meines Erachtens daran, dass sie – mit Blick auf die bisherigen Kulturförderprogramme der EU – diese neue wertedialogorientierte Dimension einer AKP nicht ausreichend gesehen hat. Das ließe sich noch ändern.

Der Wertedialog wird in Zukunft allerdings eher schwieriger. Die Werte westlicher Demokratien sind keine Selbstläufer mehr. Das hängt zum einen damit zusammen, dass viele Entwicklungsländer mit den vom Westen propagierten Modernisierungsmodellen schlechte Erfahrungen gemacht haben und sie als „autodestruktiv und nicht universalisierbar“ ansehen (A.a.O.:122 ff.). Modernisierung heißt nicht mehr automatisch Verwestlichung.

Wissenschaftler sprechen deshalb von *Multiple Modernities* und verweisen beispielsweise auf das chinesische Modell (Zheng und Zhang 2012:34) oder das türkische Modell (Kaya und Tecmen 2012:97ff./109; Erdmann und

Herzog 2012:2). Zum anderen bremst die Islamisierung, vor allem unter wahabitisch-salafistischen Maximen, die Dialogmöglichkeiten westlicher Außenkulturpolitik. Das haben u. a. die jüngsten Wahlen in Ägypten und Tunesien gezeigt. Die Bundesregierung hat dennoch 2012 allein 50 Millionen Euro für die Unterstützung von Transformationspartnerschaften mit arabischen Ländern zur Verfügung gestellt (Auswärtiges Amt 2013:7), aus meiner Sicht eine erstaunliche Zahl. Ich warte gespannt auf eine Evaluierung.

Ich will noch einen Aspekt des Wertedialogs erwähnen, der ebenfalls einen immer größeren Stellenwert erreicht hat: die Außenmedienspolitik. Ging es hier früher darum, auch mithilfe der alten und neuen Medien das Bild vom eigenen Land international zu festigen und um Interesse und Sympathie zu werben, so ist heute die Zielrichtung wesentlich erweitert auf den Wertedialog und die Transformationsunterstützung. Es geht darum, deutsche Positionen über die Medien sichtbar und erfahrbar zu machen und sich am Wettbewerb um die Deutungshoheit bei internationalen Nachrichten mit Erfolg zu beteiligen.

Die Deutsche Welle spricht in ihrem „Evaluationsbericht 2012“ davon, die „Präsenz deutscher Werte und Perspektiven“ dauerhaft sicherzustellen (Deutsche Welle 2010:7). Wenn man sich einmal anschaut, wer in den letzten Jahren ein arabischsprachiges Auslandsfernsehen anbietet (vor allem *Voice of America*, *Al Hurrah TV*, *BBC*, *France24*, *Russia Today*, *CCTV China*, in kleinem Umfang auch die Deutsche Welle), und sich gleichzeitig bewusst macht, dass allein der Satellit *Arabsat* 380 arabischsprachige TV-Sender überträgt und empfangbar macht, dann bekommt man eine Ahnung von den

immensen Schwierigkeiten, in diesem Umfeld überhaupt noch wahrgenommen zu werden. Vor zehn Jahren gab es drei Auslandsfernseher, heute über 30.

Wettbewerb

Damit habe ich schon einen Übergang zu meinem dritten Teil, und er ist ebenfalls spannend: nämlich der Wettbewerb. Zu Zeiten der alten Bundesrepublik Deutschland gab es in der AKP überwiegend nur die Konkurrenten USA, Großbritannien, Frankreich, und Italien. Mit der zunehmenden Bedeutung von AKP in der nationalen Außenpolitik stieg nach 1990 auch rasch die Zahl der Länder mit einer eigenen Strategie und eigenen Strukturen im Ausland. Heute haben die Mitgliedsländer der EU schon über 2.000 Kulturinstitute im Ausland, bei den neuen Akteuren allen voran Spanien, das in zwei Jahrzehnten 77 Cervantes-Institute in 44 Ländern aufgebaut hat, fünf davon in Deutschland.

Der inzwischen scharfe Wettbewerb um die zweite Fremdsprache hat nach dem auch über die Popkultur unterstützten Siegeszug des Spanischen eine ganz neue Dimension erhalten. Spanien nimmt darüber hinaus zusätzlich für seine AKP in Anspruch, die Brücke zu Lateinamerika zu sein, und ist damit auch dort ein starker Konkurrent für Deutschland.

Ein großer und in vielen Beziehungen unerreichbarer Wettbewerber bleibt Großbritannien. Seine AKP profitiert natürlich davon, dass Englisch gegenwärtig die Lingua franca, die Weltsprache ist, deren Vormachtstellung in absehbarer Zeit nicht zu erschüttern sein wird. Groß-

britannien ist in mehr als 100 Ländern kulturell präsent, der British Council ein äußerst professionell arbeitender zentraler Akteur. Seine vor fünf Jahren erstmalig entwickelten Zukunftspläne sind moderner und innovativer als alle anderen westeuropäischen nationalen Konzeptionen auf dem AKP-Markt. Die auf einer intensiven und mehrjährigen Evaluation beruhende Änderung der Inhalte auf auch wirtschaftsbezogene Themen, der Ansatz mit verstärkter gegenseitiger Vertrauensbildung und Partnerschaft sowie eine medial von anderen unerreichte weltweite Präsenz über die BBC machen Großbritannien zum Superstar der AKP.

„Schaut man (...) auf die internationalen Thinktanks, so erhält man den Eindruck, als sei der größte Konkurrent in der heutigen AKP die USA. (...) Ein ernst zu nehmender Wettbewerber hingegen ist China geworden.“

Schaut man allerdings auf die Wissenschaft und die die Außenpolitik wissenschaftlich begleitenden internationalen Thinktanks, so erhält man den Eindruck, als seien die USA der größte Konkurrent in der heutigen AKP. Nirgendwo sonst läuft eine Auseinandersetzung mit vergleichbarer Intensität, zum Teil Schärfe, und das seit dem Fall des Eisernen Vorhangs und dem damals voreiligen Buch des US-amerikanischen Politikwissenschaftlers Francis Fukuyama „Das Ende der Geschichte“.

Die USA mussten damals schnell erkennen, dass die Geschichte weiterging, vom kriegerischen Zerfall Jugoslawiens über den Völkermord in Ruanda bis hin zum 11. September 2001 und den Kriegen im Irak und in Afghanistan. Samuel Huntingtons „Clash of Civilizations“ und Joseph Nyes „Soft Power“ wurden zu internatio-

nen Bestsellern, und mehrere regierungsamtlich eingesetzte Expertengruppen in den USA diskutierten über Jahre.

In renommierten Universitäten wie Harvard oder Georgetown entstanden Forschungsgruppen, an der University of Southern California wurde sogar ein Institut für *Public Diplomacy* gegründet. Der US-Präsident Bill Clinton kreierte im Weißen Haus die Stelle eines stellvertretenden Außenministers für *Public Diplomacy and Public Affairs*, die in 14 Jahren sechs Persönlichkeiten zu füllen versuchten, die aber während dieser Zeit auch insgesamt vier Jahre vakant war, weil niemand diesen Job machen wollte.

Die intensive Diskussion über ein ganzes Jahrzehnt hat den USA offenbar nichts gebracht: Es wurde praktisch nichts von den neuen Erkenntnissen in die Praxis umgesetzt und das Image des Landes in der außenpolitisch so wichtigen und dominierenden islamisch geprägten Welt ist nach wie vor miserabel. Völlig desillusioniert resümierte ein US-Thinktank in New York im August 2012 in einem *White Paper* über „*The New Public Diplomacy Imperative*“:

„The state of public diplomacy in the U.S. remains much in the same state that it has over the past 10 years: under-financed, under-resourced, under-led and under the radar.“ (Wallin 2012:5)

Ein ernst zu nehmender Wettbewerber hingegen ist China geworden. Intensiver Leser des Buches von Joseph Nye über *Soft Power* war von Anfang an die chinesische Regierung. Schon ein Jahr nach seinem Erscheinen in den USA lag das Werk in chinesischer Übersetzung in Peking publiziert vor. China war gerade dabei, über seine künftige Rolle in der Weltpolitik und über die Stellung

der Kultur in seiner Außenpolitik nachzudenken. Zentrale Teile der *Soft-Power*-Strategie wurden rasch umgesetzt. Dabei ließ aber auch der Widerspruch gegen die amerikanischen Thesen nicht lange auf sich warten:

- Die Reduzierung von *Soft Power* auf Kultur, Werte und Außenpolitik als „Attraction“ für das Ausland sei zu eng. Auch militärische Macht (!), wirtschaftliche Stärke und Handelserfolge seien „Sources of Attraction“, ebenso wie Auslands- und Entwicklungshilfe (vgl. Lai 2012:1-20).
- Joseph Nye habe die technologischen und wissenschaftlichen Fortschritte der USA gar nicht als *Soft Power* erwähnt, dabei stünden sie beim Ansehen der USA in der Welt auf Platz 1. (vgl. a.a.O.:6).
- Für China habe *Soft Power* auch eine innenpolitische Komponente, denn sie trage zur Weiterentwicklung der chinesischen Identität bei (vgl. Zheng und Zhang 2012:23).
- Selbst wenn andere Länder die Erfolge der USA bewunderten und eine ähnliche Prosperität anstrebten, hieße das nicht, dass sie die US-Außenpolitik unterstützen wollten (vgl. a.a.O.:24).

China hat in nur acht Jahren weltweit 400 Konfuzius-Institute in 108 Ländern gegründet. Bis 2020 sollen es 1.000 Institute werden, zusätzlich noch 5.000 "Konfuzius-Klassenzimmer". Etwa 40 Millionen Nichtchinesen lernen inzwischen Chinesisch (vgl. Anheier und Lorentz 2012:108). Die Öffnung der Universitäten und Hochschulen in China brachte 2010 265.000 Studenten aus 194 Ländern nach China und die Zielzahlen für die Zukunft liegen noch wesentlich höher. Ein Netz von Auslandsfernsehsendern (*China Central*

Television/CCTV) bietet 24-Stunden-Programme in Englisch, Französisch, Spanisch, Arabisch und Russisch, *China Radio International (CRI)* sendet in über 40 Sprachen und bietet Webseiten in über 50 Sprachen an.

China sieht auch seine Entwicklungshilfe als Teil seiner erfolgreichen *Soft Power* im Ausland an, weil die Hilfe ohne Bedingungen gegeben werde, während die USA ihre Hilfe in einigen Ländern eher als *Hard Power* einsetze (vgl. Zheng und Zhang 2012:32ff.). Auf jeden Fall macht die Entwicklungshilfe Chinas die an Transformationsfortschritte geknüpften Hilfen westlicher Länder zunehmend wirkungslos.

Auch Japan und Korea haben inzwischen eine eigene aktive AKP entwickelt, nicht so aggressiv wie China, quantitativ nicht so umfangreich, mit anderen Schwerpunkten, aber vor allem im ost- und südostasiatischen Raum erfolgreich und damit mittlerweile ebenfalls in ernst zu nehmender Konkurrenz zu Deutschland.

Ein weiterer Wettbewerber in der internationalen AKP ist seit einigen Jahren die Russische Föderation, wie schon an der wachsenden Struktur russischer Auslandskulturinstitute – inzwischen in 76 Ländern – erkennbar wird. Russland legt Wert auf ein verbessertes Bild im Ausland und spricht vorrangig und mit fünf spezialisierten Fernsehsendern die russische Diaspora an (ca. 27 Millionen Menschen). Ein besonderer Schwerpunkt liegt außerdem auf der russischen Sprache, weil seit dem Zusammenbruch der Sowjetunion die Zahl der Russischlernenden überall drastisch zurückgegangen ist.

Mein letztes Beispiel ist die neue türkische Außenkulturpolitik: Mit der Gründung der Yunus-Emre-Stiftung hat die Türkei begonnen,

ein spezielles und außenpolitisch motiviertes Auslandsnetz aufzubauen, mit dessen Hilfe sie ihre regionale Machtstellung unterstreicht. Die Verteilung der bislang 16 Yunus-Emre-Institute primär auf dem Balkan und im Nahen und Mittleren Osten macht den neo-osmanischen Denkansatz der türkischen Außenpolitik deutlich, auch wenn eher betont wird, dass die Institute sich primär an die türkische Diaspora in den jeweiligen Auslandsregionen richtet.

In den bisherigen Konzeptionen des Auswärtigen Amtes kommt diese weltweite neue Konkurrenzsituation noch nicht vor. In der Konzeption 2011 (vgl. Auswärtiges Amt 2011) und im 16. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik 2011/2012 (vgl. Auswärtiges Amt 2013) wird sie nicht erwähnt.

Das sind nur einige der Fragen, die sich mir stellen nach der Analyse der Außenkulturpolitik im Spannungsfeld zwischen Werbung, Wertedialog und Wettbewerb.

Mit dem Bedeutungszuwachs der Außenkulturpolitik ist auch die wissenschaftliche Begleitforschung wichtiger geworden. Das Auswärtige Amt hat dies zumindest schon länger erkannt und sich für eine stärkere Beratung von außen geöffnet. Die Universitäten wie auch die außenpolitischen Thinktanks sollten dies nutzen. Die Außenkulturpolitik kann davon nur profitieren.

Fazit

Die Außenkulturpolitik ist in Industrieländern wie auch in Schwellenländern zu einem zentralen Teil der Außenpolitik geworden. Das Aufgabenspektrum hat sich erweitert, die zusätzlichen Aufgaben brauchen neue Kompetenzen und ein anderes Denken. Die größere internationale Konkurrenz erfordert für die deutsche Politik ein kritisches Überprüfen der eigenen Konzepte und Strategien: Ist Deutschlands Außenkulturpolitik für die absehbaren künftigen Herausforderungen noch richtig aufgestellt? Werden die richtigen Fragen gestellt? Wird die Konkurrenzsituation genügend ernst genommen? Haben vor allem die im Wertedialog angestrebten Ziele die Erfolgsaussichten, die die deutsche Außenpolitik zwar formuliert, aber nicht kritisch evaluiert hat?

LAUDATIO

Laudatio

von Andreas Hasenclever

Ich darf Sie alle herzlich und im Namen des Instituts für Politikwissenschaft zur Abschiedsvorlesung von Kurt-Jürgen Maaß begrüßen. Wie Sie dem Anlass der Veranstaltung entnehmen, will Kurt-Jürgen Maaß aufhören. Er will aufhören, regelmäßig an unserem Institut als Honorarprofessor für „Auswärtige Kulturpolitik und internationale Kulturbeziehungen“ zu lehren. Sie werden jetzt von mir hören, warum ich diese Entscheidung – und es ist eine Entscheidung bei Honorarprofessoren – sehr bedaure. Sie werden aber auch von mir hören, warum ich großen Respekt vor dieser Entscheidung habe und warum ich Kurt-Jürgen Maaß außerordentlich dankbar bin, dass er zehn Jahre lang an unserem Institut gewirkt hat und dass etwas von seinem Glanz als herausragendem Praktiker und Theoretiker der Auswärtigen Kulturpolitik auch auf uns gefallen ist.

Kurt-Jürgen Maaß wurde am 28. Juli 1943 in Elmshorn bei Hamburg geboren. Es war die Zeit der verheerenden Bombenangriffe auf die Hansestadt (24. Juli bis 3. August 1943), denen seine Mutter und er nur mit Glück entgangen sind. Sein Vater kehrte 1949 aus russischer Kriegsgefangenschaft zurück. Unsicherheit und Sorge müssen seine Kindheit geprägt haben, aber gleichzeitig auch die Erfahrung, dass man hoffen darf und dass sich Alltag unter widrigsten Umständen bewältigen lässt – und das ist eine Erfahrung, die einem in der Auswärtigen Kulturpolitik durchaus helfen kann und aktiv bleiben lässt. Als junger Mann studierte Kurt-Jürgen Maaß Rechts- und Wirtschaftswissenschaften in Hamburg und Lausanne. 1968 legte

er sein erstes und 1972 sein zweites juristisches Staatsexamen ab. Zwischendurch wurde er 1970 von der Hamburger Fakultät für Rechtswissenschaften mit einer Dissertation zur europäischen Hochschulpolitik („Die Arbeit des Europarats im Hochschulbereich 1949 bis 1969“) zum Doktor gemacht.

Es folgten verschiedene berufliche Stationen bei der Deutschen Universitätszeitung, der Nordatlantischen Versammlung, im Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft, im Wissenschaftsrat, bei der Alexander von Humboldt-Stiftung und schließlich von 1998 bis 2008 als Generalsekretär am ifa (Institut für Auslandsbeziehungen) in Stuttgart (der Nachfolgeeinrichtung des 1917 gegründeten Deutschen Auslandsinstituts).

Das ifa ist die älteste Mittlerorganisation des Auswärtigen Amts und engagiert sich weltweit für Kunstaustausch, für den Dialog der Zivilgesellschaften und für die Vermittlung außerkulturpolitischer Informationen – und damit eben auch für das Deutschlandbild in der Welt. Dabei lässt sich das ifa wesentlich von dem Gedanken leiten, dass Kultur verbinden und bei der Prävention von Krisen helfen kann. In dieser Stuttgarter Zeit intensivierte sich die kollegiale und freundschaftliche Beziehung zwischen Kurt-Jürgen Maaß und Volker Rittberger, dem es dann gelungen ist, Kurt-Jürgen Maaß ab 2003 für unser Institut zu gewinnen.

Seitdem lehrt er regelmäßig in Tübingen und wurde 2005 vom Rektor der Universität, Eberhard Schaich, und auf Antrag unserer Fakultät für Verhaltens- und Sozialwissenschaften zum Honorarprofessor berufen. Da war er dann schon Träger des Bundesverdienstkreuzes und brauchte eigentlich keine weiteren Ehrungen mehr.

Für unser Institut war die Ernennung zum Professor und das Engagement von Kurt-Jürgen Maaß ein Glücksfall. Die Auswärtige Kulturpolitik hat seit dem Ende des Kalten Krieges stark an Gewicht gewonnen. Überall auf der Welt ließ die Konkurrenz um *Hard Power* glücklicherweise nach, während die Konkurrenz um *Soft Power* zunahm. Gerade Deutschland wollte sich auf diesem Gebiet profilieren und machte die Auswärtige Kulturpolitik neben der klassischen Diplomatie und der Außenwirtschaftspolitik zur dritten Säule seiner Außenpolitik.

Für Frank-Walter Steinmeier bildete die Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik sogar das Fundament der gesamten deutschen Außenpolitik. Die zentralen Stichworte sind hier Demokratie- und Verfassungsexport, Menschenrechte und Krisenprävention, euro-islamischer Dialog, das Deutschlandbild im Ausland und die Förderung der deutschen Sprache. Auf all diesen Gebieten war Kurt-Jürgen Maaß als Generalsekretär des ifa gestaltend tätig. Gleichzeitig fand er aber auch die Zeit und die Kraft, seine Arbeit wissenschaftlich zu reflektieren und den Austausch zwischen Wissenschaft und Auswärtiger Kulturpolitik zu organisieren.

Ich kann heute nicht auf alle seine einschlägigen Leistungen und Erfolge eingehen. Erwähnen möchte ich an dieser Stelle aber sein Handbuch zu „Kultur und Außenpolitik“, das mittlerweile in zweiter vollständig überarbeiteter und erweiterter Auflage vorliegt und einen systematischen Überblick zu Theorie und Praxis Auswärtiger Kulturpolitik bietet. Eine detaillierte und kritische Bestandsaufnahme zur Auswärtigen Kulturpolitik findet sich im Standardwerk zur deutschen Außenpolitik von Thomas Jäger, Alexander Höse und Kai Oppermann (2011).

Darüber hinaus hat Kurt-Jürgen Maaß zwölf weitere Bücher veröffentlicht und über 40 Aufsätze publiziert. Außerdem hat er sich in seiner Zeit als Herausgeber der Zeitschrift KULTURAUUSTAUSCH und als Initiator des Wissenschaftlichen Initiativkreises Kultur und Außenpolitik (WIKa) systematisch darum bemüht, Praktiker und Theoretiker ins Gespräch zu bringen und den Dialog zu institutionalisieren. Dass dies gelungen ist, zeigen nicht nur die mehr als 50 Mitglieder des Arbeitskreises und die lange Liste erfolgreicher Tagungen und Workshops, die er durchgeführt hat und aus denen wichtige Publikationen hervorgegangen sind, sondern auch die anhaltend hohe Nachfrage nach dem WIKa-Infobrief, der sechsmal jährlich erscheint und über Neuigkeiten aus der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik berichtet. Nach meiner Erfahrung sind es oft diese im Letzten relativ einfachen Instrumente, die große Nachhaltigkeit erzeugen, die aber auch Organisation und politischen Willen voraussetzen, um die Kontinuität zu erlangen, die sie brauchen, um zu wirken.

Es ist deshalb sicherlich nicht verkehrt, Kurt-Jürgen Maaß als einen höchst erfolgreichen Grenzgänger zwischen Politik und Wissenschaft, zwischen der Gestaltung auswärtiger Kulturbeziehungen und der Reflexion über auswärtige Kulturbeziehungen zu bezeichnen. Als solcher war und ist er an unserem Institut ein gesuchter Gesprächspartner und hoch geschätzter Lehrer. Er hat regelmäßig Seminare zur Außenkulturpolitik im internationalen Vergleich, zu den Perspektiven des euro-islamischen Dialogs, zur Krisenprävention und zu Theorie und Praxis der Außenpolitikberatung angeboten.

Diese Seminare waren bei den Studierenden nicht nur deshalb sehr beliebt und stark nach-

gefragt, weil hier jemand wissenschaftlich über einen Gegenstand sprach, den er aus eigener Erfahrung kennt, sondern auch, weil er bereit war, ihnen Einblicke in ein höchst attraktives Berufsfeld zu eröffnen und sie, soweit möglich, auch in dieses Berufsfeld hineinzubegleiten. Davon haben die Tübinger Studierenden zehn gute Jahre lang profitieren können. Denn es gibt es ja durchaus: das Leben nach und außerhalb der Universität – selbst wenn uns Hochschulmenschen das nicht immer vollkommen gegenwärtig ist.

Aber auch innerhalb der Universität war die Präsenz von Kurt-Jürgen Maaß deutlich spürbar. Immer mehr Studierende wählten die Außenkulturpolitik als Prüfungsgebiet, die Zahl der Abschlussarbeiten zu diesem Thema nahm zu und in den Seminaren wurden von den Studierenden immer wieder Querverbindungen zwischen Kulturaußenpolitik und anderen Politikfeldern hergestellt. Ich empfinde das beispielsweise in meinen Veranstaltungen zur Analyse von Bürgerkriegen und bei den Theorien der internationalen Beziehungen immer wieder als sehr anregend und bereichernd – und Sie ahnen nicht, in welchen Kontexten sich das Wort Zweibahnstraße sinnvoll anwenden lässt.

Lieber Herr Maaß, in den letzten Jahren haben Sie sich verstärkt für eine systematische und wissenschaftlich begleitete Evaluierung von kulturpolitischen Maßnahmen und Projekten eingesetzt. Die zentralen Kriterien sind hier Qualität, Relevanz und Nachhaltigkeit. Nach meinem Eindruck und dem Eindruck meiner Kolleginnen und Kollegen muss Ihr Wirken an unserem Institut in keiner der drei Dimensionen irgendetwas befürchten. Ich bedaure es deshalb sehr, dass Sie aufhören werden, in Tübingen Seminare anzubieten.

Ich bin Ihnen gleichzeitig außerordentlich dankbar dafür, dass Sie es so lange getan haben und ich finde auch Ihre Begründung nachvollziehbar, jetzt aufzuhören – auch wenn ich meine, dass diese Gründe ihr volles Gewicht frühestens in zehn Jahren entfalten werden. Herr Maaß meint nämlich – und da stimme ich ihm durchaus zu –, dass eine Honorarprofessur maßgeblich davon lebt, berufliche Praxis mit wissenschaftlicher Reflexion zu verbinden. Wenn diese Verbindung nachlasse, sei es an der Zeit, sich etwas anderes zu suchen. Wir könnten jetzt lange über den richtigen Zeitpunkt streiten, aber dass die Entscheidung von Kurt-Jürgen Maaß allen Respekt verdient, gerade weil er die Verbindung von beruflicher Praxis und wissenschaftlicher Reflexion so lange auf höchstem Niveau gepflegt hat, ist hoffentlich deutlich geworden.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, erlauben Sie mir eine letzte Bemerkung: Wenn ich Kurt-Jürgen Maaß im Institut begegnet bin, gab es nur eines, was ich gefürchtet habe, und das war sein Händedruck. Dieser gefürchtete Händedruck hat mir aber auch gezeigt, wie viel Kraft Sie haben, und ich bin sicher, dass Sie mit dieser Kraft weiterhin Sinnvolles anzufangen wissen.

LITERATUR

- Anheier, Helmut K./Lorentz, Bernhard (Hg.) (2012): Wege der Verständigung. Wie Kulturdiplomatie mehr Vertrauen zwischen China und dem Westen schaffen kann, Stiftung Mercator, Essen, http://www.stiftung-mercator.de/fileadmin/user_upload/INHALTE_UPLOAD/Service/Publikationen/2012/MC-PD_Gesamt_Deutsch.pdf (Stand: 8.11.2013).
- Auswärtiges Amt (2000): Auswärtige Kulturpolitik - Konzeption 2000, Berlin, http://www.ifa.de/fileadmin/pdf/aa/akbp_konzeption2000.pdf (Stand 8.11.2013).
- Auswärtiges Amt (2011): Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik in Zeiten der Globalisierung. Partner gewinnen, Werte vermitteln, Interessen vertreten, Berlin, <http://www.auswaertiges-amt.de/cae/servlet/contentblob/595030/publicationFile/161964/AKBP-Konzeption-2011.pdf> (Stand: 8.11.2013)
- Auswärtiges Amt (2013): 16. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik 2011/2012. Unterrichtung durch die Bundesregierung, Bundestagsdrucksache 17/12052, Bundesanzeiger-Verl.-Ges., Köln, <http://dip21.bundestag.de/dip21/btp/17/120/1712052.pdf> (Stand: 8.11.2013).
- Bertelsmann Stiftung (Hg.) (2009): Kultur und Konflikt in globaler Perspektive. Die kulturellen Dimensionen des Konfliktgeschehens 1945 – 2007, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Cull, Nicholas J. (2010): Film as public diplomacy. The USIA's Cold War at twenty-four frames per second. In: Osgood, Kenneth A./Etheridge, Brian C. (Hg.): The United States and public diplomacy, Nijhoff, Leiden, S. 257 - 284.
- Deutsche Welle (2010): Evaluationsbericht 2010, Köln, <http://www.dw.de/popups/pdf/5138100/evaluationsberichtdw2010pdf.pdf> (Stand: 8.11.2013).
- Dinnie, Keith (2008): Nation Branding. Concepts, Issues, Practices, Elsevier, Amsterdam.
- Egger, Miriam (2007): Die Auslandsarbeit der politischen Stiftungen. Zwischen Entwicklungshilfe und Transformationskontext, VDM, Saarbrücken, zugl.: Freie Univ., Diss., Berlin.
- Erdmann, Gero/Herzog, Olga (2012): Die Türkei in Afrika. Im Schatten des Neo-Osmanismus? GIGA Focus Afrika 1, GIGA Inst. of African Affairs, Hamburg, http://www.marabout.de/Service/giga/gf_afrika_1201.pdf (Stand: 8.11.2013).
- Gilboa, Eytan (2008): Searching for a theory of public diplomacy. In: Cowan, Geoffrey (Hg.): Public diplomacy in a changing world, The Annals of the American Academy of Political and Social Science, vol. 616, Thousand Oaks, CA, S. 55 - 77, <http://rensmicrodiplomacy.files.wordpress.com/2011/01/searching-for-a-theory-of-public-diplomacy.pdf> (Stand: 8.11.2013).
- Kaya, Ayhan/Tecmen, Ayse (2012): The role of Yunus Emre cultural centres in Turkish cultural diplomacy. In: Topic, Martina/Rodin, Sinisa (Hg.): Cultural diplomacy and cultural imperialism. European perspective(s), Lang, Frankfurt/M, S. 95 - 116.
- Lai, Hongyi (2012): The soft power concept and a rising China. In: Lai, Hongyi/Lu, Yiyi (Hg.): China's soft power and international relations, China Policy Series 23, Routledge, London, S. 1 - 20.

Schreiner, Patrick (2011): Außenkulturpolitik. Internationale Beziehungen und kultureller Austausch, Transcript-Verl., Bielefeld, zugl.: Univ., Diss., Frankfurt/M., Univ.

Wallin Mathew (2012): The new public diplomacy imperative. America's vital need to communicate strategically, American Security Project White Paper, DC, Washington, <http://americansecurityproject.org/ASP%20Reports/Ref%200071%20%20The%20New%20Public%20Diplomacy%20Imperative.pdf> (Stand: 8.11.2013).

Zheng, Yongnian/Zhang, Chi, (2012): "Soft power" and Chinese soft power. In: Hongyi Lai/ Yiyi Lu (Hg.): China's soft power and international relations, China Policy Series 23, Routledge, London, S. 21 - 38.

ZU DEN AUTOREN

Prof. Dr. Kurt-Jürgen Maaß war von 1998 bis 2008 Generalsekretär des ifa (Institut für Auslandsbeziehungen) in Stuttgart und Herausgeber der Zeitschrift KULTURAUUSTAUSCH. Lehraufträge erreichten ihn von der Universität Stuttgart (2000-2002), der Universität Tübingen (2003-2013, ab 2005 im Rahmen einer Honorarprofessur), der Azerbaijan Diplomatic Academy (2008) und der Universität Bamberg (2008). Kurt-Jürgen Maaß beschäftigt sich mit Außenkulturpolitik und fragt insbesondere nach dem Bild Deutschlands in der Welt. Seit 2009 ist er Kuratoriumsvorsitzender des Forums der Kulturen in Stuttgart. 2004 erhielt er das Bundesverdienstkreuz. Im Rahmen des Instituts-kolloquiums verabschiedet sich Kurt-Jürgen Maaß mit dieser Vorlesung vom Tübinger Institut für Politikwissenschaft.

Prof. Dr. Andreas Hasenclever hat seit 2004 die Professur für Friedensforschung und Internationale Politik am Institut für Politikwissenschaft in Tübingen inne. Er war Direktor des Instituts in den Studienjahren 2005/2006 und 2007/2008. Er ist Vorstandsmitglied des Sonderforschungsbereiches 923 „Bedrohte Ordnung“ und Studiengangsverantwortlicher für den Tübinger Master „Friedensforschung und Internationale Politik“.



Institut für
Auslandsbeziehungen e. V.

Charlottenplatz 17 Postfach 10 24 63
D-70173 Stuttgart D-70020 Stuttgart
Tel. +49/711 2225-0 Fax +49/711 2 26 43 46
www.ifa.de info@ifa.de