

Situation

Die logische Folge von Globalisierung, Flucht und Vertreibung ist ein Mix der Kulturen im Westen mit weiteren Konsequenzen für das soziale Zusammenleben. Der Westen wird immer mehr mit der Herausforderung konfrontiert, die Integration fremder Bevölkerungsgruppen erfolgreich zu gestalten. Dieser Prozess muss in Zukunft von Strategien begleitet werden, um ein soziales Zusammenleben gewährleisten zu können. So wird die Entstehung einer Gesellschaft verhindert, in der Ablehnung und Isolation die bestimmenden Faktoren sind.

Diese Problematik scheint auch ins allgemeine Bewusstsein gerückt zu sein und so werden wir fast täglich durch die Medien oder in unserem privaten Umfeld mit Begriffen wie Integration und Interkulturalität konfrontiert. Viele vertreten die Meinung, dass es sich hierbei um eine wichtige Aufgabe unserer Gesellschaft handelt. Nur wenigen ist jedoch wirklich bewusst, was sich hinter diesen Begriffen verbirgt und welche Bedeutung eine solche Lebensweise für einen persönlich hat. Zum einen sehen sich wenige selber in der Verantwortung zur Interkulturalität und bezeichnen Integration als Aufgabe der Politik. Zum anderen stehen Unwissenheit, Ängste und Vorurteile uns immer noch im Weg und verhindern ein Zusammenleben, von dem jeder profitieren kann.

Wird Interkulturalität verstanden und gelebt, dann folgt Integration von alleine. Grundlegend für das Konzept der Interkulturalität ist die Anerkennung der eigenen Pflichten gegenüber anderen Menschen, die Akzeptanz anderer Überzeugungen sowie die Bereitschaft zur eigenen Weiterentwicklung. Zum einen wird auf gemeinsame Werte gesetzt, auch wenn sie unterschiedlich gewichtet sind. Zum anderen gibt es die Möglichkeit für Gemeinsamkeiten auch außerhalb gemeinsamer Wertvorstellungen. Diese Gemeinsamkeiten bilden die Basis für einen Dialog, der ein „Aneinandergewöhnen“ zum Ziel hat. Damit es ein „Zwischen“ geben kann, müssen Kulturen jedoch auch voneinander abgegrenzt werden können. Interkulturalität akzeptiert Andersartigkeit des Anderen und die Spezifik des Eigenen. Damit macht sie Ambivalenzen und Leistungen der Eigenkultur deutlich und macht die Reflektion darüber möglich.

Integration durch Interkulturalität bedeutet also nicht die Vereinheitlichung aller Menschen, sondern die Akzeptanz sowohl von Unterschieden als auch Gemeinsamkeiten und die Erkenntnis dadurch von einander lernen zu können. Die Chancen, die sich durch gelungene Interkulturelle Kommunikation für jeden persönlich, aber auch für die Gesellschaft ergeben, sind vielfältig und erstrebenswert. So werden zum Beispiel Vorurteile abgebaut, der Austausch führt zu neuen Perspektiven oder Ideen und die Fähigkeit zur Reflektion wird gesteigert. Für die Gemeinschaft wird dadurch die soziale Balance und Stabilität sowie das Gemeinschaftsgefühl gestärkt, soziales Potential und Kapital wird erhöht und das Konfliktpotential gesenkt.

Letzten Endes leben wir in einer Welt, die immer weiter zusammenwächst und in der jeder von uns immer häufiger mit anderen Kulturen konfrontiert wird. Wir müssen also erkennen, dass Interkulturalität keine Option ist, sondern eine Einstellung, die jeden persönlich betrifft und in Zukunft notwendig wird, um ein gutes Zusammenleben mit anderen zu ermöglichen.

Lösung

Dieses Bewusstsein soll in der Bevölkerung durch Aufklärung gestärkt werden. Ein Grundwissen über Interkulturalität soll in der Allgemeinheit etabliert werden. Dafür braucht es Institutionen, die dies durch den Einsatz von Informationen und Emotionen erreichen. Und die Möglichkeit zum Kontakt und der Erfahrung von Interkulturalität muss für die breite Masse möglich werden. Die Erkenntnis, welche Notwendigkeit hinter einer solchen Haltung steht und wie wir sie für uns persönlich nutzen können, muss möglich gemacht werden und bei der Zielgruppe zu einem Lerneffekt führen. Interkulturalität kann nur durch die Erfahrung des Kontakts verstanden, gelernt und gefestigt werden. Aus diesem Grund müssen die Institutionen Verbindungen schaffen, die einen Dialog ermöglichen. Tritt dieser Lerneffekt ein, wird die Zielgruppe dazu befähigt ihr Verhalten selbstbestimmt und dauerhaft auszurichten und dadurch einen Mehrwert für sich und die Gesellschaft zu schaffen.

Die Frage ist also durch welche Strategien positive Aspekte des interkulturellen Kontakts bewusster gemacht und dadurch gestärkt werden können?

Die Zielgruppe, die für die Beantwortung dieser Frage maßgeblich ist, sind Menschen, denen die Bedeutung von Interkulturalität nicht bewusst ist oder die sich im Umgang damit noch unsicher sind. Ihnen kann das WARUM, das WAS und das WIE näher gebracht werden.

Idee

Die Idee ist die Entwicklung einer Institution, die in Form eines Erfahrungscafés mit dem Namen „Raum Drei“ das Wissen über Interkulturalität in der Gesellschaft steigert und Kommunikation möglich macht. Dieses Café stellt einen Ort der Begegnung und des Erfahrens dar. Auf den drei Ebenen der Information, Interaktion und Interkulturalität wird den Besuchern das Thema näher gebracht. Dabei soll das Verständnis für einen Kulturbegriff entwickelt, Aspekte von Kommunikation vorgestellt, Methoden der interkulturellen Praxis erläutert und die Bedeutung unserer Wahrnehmung und daraus resultierender Entscheidungen deutlich werden. Das Café ist ein Pop-Up Café und fungiert wie eine Informationszentrale, an den Orten, an denen es gerade gebraucht wird. So verweilt das Café immer nur für kurze Zeit an einem Ort und zieht dann weiter. Das Inventar ist so modular aufgebaut, dass es an jedem neuen Ort wieder aufgestellt werden kann und Platz findet. Das Erscheinungsbild des Cafés ändert sich innerhalb einer übergeordneten Corporate Identity mit jedem neuen Standort und wird von den Besuchern des Cafés mitgestaltet. Diese Systematik, das Inventar und das Erscheinungsbild des Cafés spiegeln die Wandlungsfähigkeit von Kulturen wieder sowie die Rolle, die jeder Mensch in ihrer Entstehung spielt.

Alle wissenschaftlichen Inhalte sind mit der Gestaltung des Cafés verwoben. So spiegelt sich das Thema Interkulturalität in der Corporate Identity wieder, wie im Namen „Raum Drei“. Er macht deutlich, dass Interkulturalität in einem dritten Bereich zwischen zwei Individuen stattfindet. Um in diesen neuen Raum einzutreten, müssen die Besucher ihren Erfahrungshorizont verlassen und in einem neuen ungewohnten Bereich neue Erfahrungen zulassen. Gleichzeitig bietet „Raum Drei“ einen physisch existierenden Raum, um neue Begegnungen entstehen zu lassen. Auch die Grundidee, dass Kulturen keine starren Gebilde sind, sondern im ständigen Wandel begriffen, spiegelt sich in der

Veränderlichkeit der Räumlichkeiten, der Inventarstruktur und des Erscheinungsbildes wider. Das Logo bleibt immer ein fünfeckiges Rechteck, verändert sich jedoch in jedem neuen Café in Form und Farbe. Grundlage für diese Veränderungen sind die Besucher selbst, die mit ihren Vorlieben und Ansichten das Aussehen des neuen Logos und der Räumlichkeit immer wieder neu definieren. Diese Form der Interaktion, die es den Besuchern ermöglicht ihre eigene Persönlichkeit im Zusammenhang mit der Gemeinschaft einzubringen und darzustellen, wird ergänzt durch die Interaktionswand. Die zu Anfang leere Wand lädt jeden Besucher ein Teil einer interaktiven Infografik zu werden. Nach ein paar Tagen entsteht so eine Gesamtübersicht der Menschen, die dieses Café besucht haben. Da Besucher gleichzeitig an dieser Infografik teilnehmen, entstehen immer wieder Momente der Begegnung und des Austauschs. Aber auch wenn man nicht auf diesem Wege in die Kommunikation treten will, so wird durch die offene Atmosphäre, die durch das Inventar geschaffen wird, die Kommunikation begünstigt.

In der Informationsebene stehen den Besuchern eine Informationsstele am Eingang des Cafés zur Verfügung, was eher an ein Museum erinnert, sowie ein Flyer und die Informationen zur Interkulturalität auf dem Geschirr des Cafés. Der Flyer „Der Pocketguide der Kulturen“ kann zum eigenen Gebrauch mitgenommen werden oder um ihn an andere weiterzugeben. Das bedruckte Geschirr bietet Informationen auf eine unterhaltsame und ästhetische Art an und bleibt dadurch im Gedächtnis. Die verschiedenen „Informationshappen“ überfordern den Leser durch ihre Knappheit nicht, sind leichter zu merken und fordern zum Austausch mit anderen auf.

Schließlich ist das „Raum Drei“ weniger ein klassisches Café, als ein Raum der Begegnung, Erfahrung und Kommunikation. Aus diesem Grund wird weniger Wert auf eine Vielzahl an angebotenen Speisen und Getränken gelegt als vielmehr auf eine kleine aber außergewöhnliche Auswahl, die ebenfalls den ein oder anderen aus seiner Komfortzone herausholt. Gerichte und Getränke aus den verschiedensten Kulturen werden hier im Wechseln angeboten. Auch das Personal besteht aus Menschen mit den verschiedensten kulturellen Hintergründen, die alle geschult werden, um die Besucher des Cafés wenn nötig anzuleiten und Ihnen Erklärungen zu geben.

Ein möglicher Erfahrungsbericht einer Besucherin könnte folgendermaßen lauten:

Rita ist auf dem Weg zu ihrer Lieblingsboutique in einem netten Viertel der Innenstadt, um sich eine neue Bluse für die silberne Hochzeit einer guten Freundin zu kaufen. Als sie aus der S-Bahn aussteigt und von dem belebten Bahnhofsvorplatz in die kleine Seitenstraße einbiegt, fällt ihr ein buntes Schild über einem Laden auf. Früher war hier mal ein kleines Hutgeschäft. Aber das ist schon lange her. Rita erinnert sich, dass das Gebäude nun seit einiger Zeit leer stand und trostlos auf bessere Zeiten hoffte. Rita freut sich, dass die Straße nun durch den neuen bunten Laden wieder etwas Leben eingehaucht bekommen hat. Da sie aber ihren Einkauf erledigen möchte, geht sie zügig weiter, ohne sich den neuen Laden genauer anzuschauen. Am Nachmittag liest Rita wie gewöhnlich den Regionalteil der Süddeutschen Zeitung. Ihr fällt ein Foto von dem Politiker Frieder Matsen auf, dessen Ideen für ihren Stadtteil ihr schon länger gut gefallen. Also liest sie den Artikel. Unter anderem lobt der Politiker ein neues Projekt in der Innenstadt namens „Raum Drei“, da es das Zusammenleben verschiedener Kulturen im Viertel fördere. Die Zeitung berichtet auch ein wenig über das Konzept des Cafés. Neben dem Artikel ist ein kleines buntes Logo abgedruckt. Rita erkennt das Logo von heute Vormittag wieder und freut sich darüber welche Zufälle es doch gibt. Zwei Tage später trifft sich Rita mit ihren Freundinnen zum Kaffeeklatsch. In der Zwischenzeit hat sie etwas über dieses neue Café nachgedacht und würde gerne genauer wissen, was dahinter steckt. Bei ihrer

Telefonkette schlägt Rita deshalb vor, ob sie nicht mal ein neues Café ausprobieren wollen und erzählt auch von dem Bericht in der Zeitung. Ein paar ihrer Freundinnen sind nicht so begeistert von der Idee in dieses Café zu gehen, aber am Ende finden sich noch 3 Damen, die zusammen mit Rita das neue Café besuchen wollen, bevor es wieder verschwindet. Einmal anschauen schadet ja nicht und wenn es nicht gut ist, kann man auch wieder zur Konditorei Schwabacher drei Querstraßen weiter. Die Damen treffen sich am Montag Nachmittag auf dem Bahnhofsvorplatz und gehen gemeinsam in die kleine Seitenstraße. Draußen auf der Straße blicken sie durch die Türe und entscheiden sich dazu, es mal zu versuchen. Drinnen entdecken sie eine große Informationsstele neben dem Eingang, die Rita aber nur überfliegt. Vieles weiß sie schon aus der Zeitung. Danach bestellen sie an der Theke von der ausgefallenen Auswahl eine Süßspeise aus Somalia und suchen sich einen Platz. Rita sieht junge Männer auf einem kuscheligen Teppich in der Raummitte auf Sitzsäcken sitzen. Sie mag diese Atmosphäre entscheidet sich aber doch lieber für die bequemen Stühle. Die Freundinnen schauen sich im Raum um und lesen interessiert die Informationen auf dem Geschirr. Diese Art der Informationsvermittlung findet Rita interessant, das hat sie noch nie davor gesehen. Sie kann sich auch gut vorstellen, dass man sogar alleine in dieses Café kommen kann und trotzdem etwas zu tun hat. Auf der anderen Seite des Raumes sehen die Freundinnen die interaktive Wand und beschließen, sich das genauer anzusehen, bevor sie gehen. Gerade steht ein junger Mann davor, der aussieht wie einer der jungen syrischen Flüchtlinge, die Rita im Supermarkt manchmal auffallen. Nachdem der somalische Kuchen aufgegessen ist, ziehen die Frauen ihre Jacken an und gehen beim Verlassen des Cafés an der Wand vorbei. Rita schaut an die Stelle, an der der junge Mann stand. An der Wand steht „Salem, 27“ neben einem kleinen Bild von ihm. Von diesem Bild laufen verschiedene Fäden zu Haken weg, die mit Schriftzügen wie „Familie“ oder „Europa“ beschriftet sind. Rita verfolgt alle Schnüre, die der junge Mann gespannt hat und freut sich ein bisschen darüber, dass sie nun mehr über ihn erfahren hat. Vielleicht, denkt sie, wird sie mal wieder in so ein Café gehen und vielleicht schreibt sie dann auch etwas an die Wand. Aber beim nächsten Mal kommt sie lieber mit ihrem Sohn. Für den wäre das hier sicher was.

Raum Drei ist ein Erfahrungscfé, dass jedem Besucher die Möglichkeit zum Austausch und zur Informationsaufnahme bietet. Allerdings gibt es kein Muss und es können bei jedem Besuch neue Entdeckungen gemacht werden. Jeder soll die Informationen erhalten, die er braucht und dadurch zu einer mündigen Person in Bezug auf Interkulturalität werden. Dadurch soll das eigene Verhalten entsprechend gesteuert werden können und der Mehrwert von Interkulturalität für jeden persönlich deutlich werden.



Raum Drei Logo

das flexible Logo von „Raum Drei“ ermöglicht die Anteilnahme der Besucher am Café und macht die Wandlungsfähigkeit von Kultur deutlich.

- Informationsebene
- Interkulturalitätsebene
- Interaktionsebene

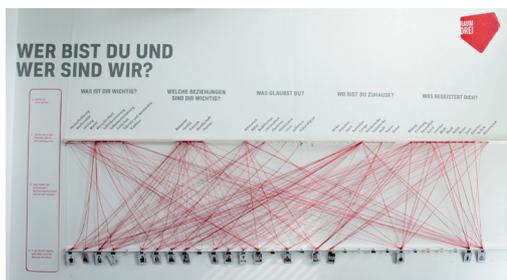
1.



2.



3.

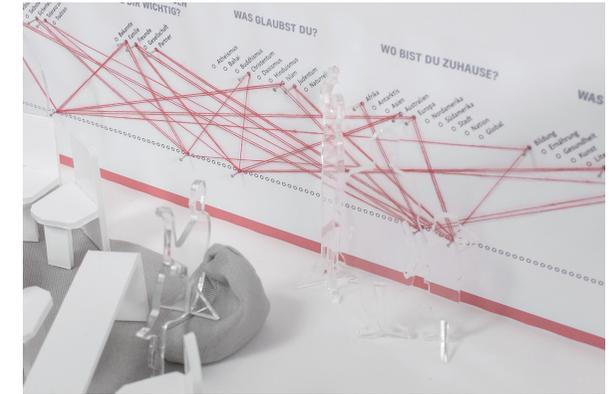
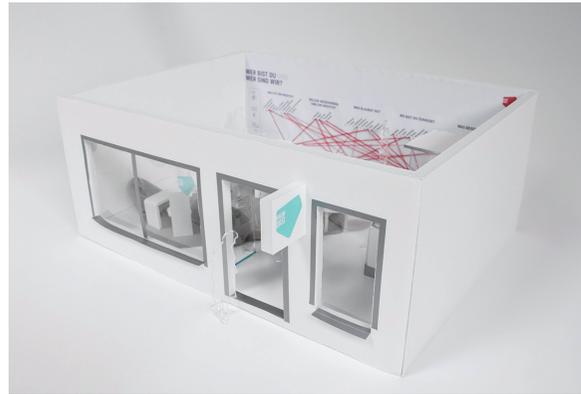


Raum Drei Materialien

mit Farbcode für verschiedene Erfahrungsebenen

1. Informationsstele und -flyer mit Informationen über Raum Drei
2. Flyer und Geschirr mit Informationen zum Thema Interkulturalität
3. Interaktionswand und -flyer mit denen der Besucher (mit seiner Persönlichkeit) ein Teil von Raum Drei werden kann





Raum Drei Modell
mit modularem Inventar,
Informationstafel und
Interaktionswand