



Funk_R_1996d

Deutsch-deutsche Fremdheitserfahrungen Einsichten in Anschluss an Erich Fromm

Rainer Funk

„Deutsch-deutsche Fremdheitserfahrungen. Einsichten in Anschluss an Erich Fromm,“ Paper presented at a Meeting with Hans-Joachim Maaz in Erfurt on June 8, 1996, 20 p. (Typoscript).

Copyright © 1996 and 2012 by Dr. Rainer Funk, Ursrainer Ring 24, D-72076 Tuebingen, Germany; E-Mail: frommfunk[at-symbol]jaol.com

1. Die „Charaktermauer“

Die von vielen beobachtete „Mauer in den Köpfen“ ist in Wirklichkeit eine tiefe Unterschiedlichkeit im Verhalten, im Wollen, in den Strebungen, in den Wertvorstellungen und Wertsetzungen, in den Menschen- und Gesellschaftsbildern, also eine Mauer auf Grund verschiedener Persönlichkeitsstrukturen oder Charakterorientierungen. Eben darum kann man von einer „Charaktermauer“ sprechen, die die Deutschen trennt und die in den 45 Jahren getrennten Wirtschafts- und Gesellschaftssystems gewachsen ist.

Natürlich hat es schon immer Unterschiede zwischen den Preußen, den Bayern, den Rheinländern, den Westfalen, den Schwaben, den Friesen, den Sachsen usw. gegeben. Die Unterschiede in der psychischen Struktur der Ost- und Westdeutschen, um die es uns hier geht, lassen sich jedoch nicht auf diese schon vor 1945 vorhandenen landsmannschaftlichen und binnen-ethnischen Differenzen zwischen den Deutschen reduzieren. Es sind vielmehr Unterschiede, die in diesen 45 Jahren der unterschiedlichen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung in Ost- und Westdeutschland entstanden sind und die sich in je anderen Persönlichkeits- und Charakterstrukturen bemerkbar machen. Sie zeichnen sich gerade dadurch aus, dass der je andere Deutsche auf weiten Strecken wie ein ethnisch Fremder erlebt wird.

Andererseits handelt es sich bei den Verhaltensunterschieden zwischen den Deutschen nicht nur um Anzeichen von situativen psychischen Anpassungsleistungen, die bei geänderten Umständen einfach durch andere ersetzt werden könnten, sondern um Unterschiede, die in der psychischen Tiefenstruktur, also im Charakter, verankert sind. Sie erweisen sich deshalb trotz der veränderten gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Verhältnisse auch nach sechs Jahren Wiedervereinigung noch immer als wirksam und die Deutschen trennend.

Um derartige gesellschaftsbezogene Unterschiede in den Psychen der Menschen erheben zu können, hat Erich Fromm bereits in den dreißiger Jahren das Konzept des „Gesellschafts-Charakters“ entwickelt und im Laufe seines Lebens eine ganze Reihe von gesellschaftlich erzeugten Charakterorientierungen entdeckt, in ihrer Psychodynamik aufgezeigt und beschrieben. Solche Charakterorientierungen wurzeln nicht in der Natur des Menschen selbst oder in seiner psychischen oder psychosexuellen Triebausstattung, wie dies Sigmund Freud zu erklären versuchte. Vielmehr entstehen diese vielen Menschen gemeinsame leidenschaftlichen Triebkräfte erst auf Grund be-



FUNK-Online

stimmter historischer Situationen und auf Grund der Identifizierung vieler Menschen mit der Erfordernissen der jeweiligen Produktionsweise und den von ihr abhängigen arbeitsorganisatorischen, gesellschaftlichen, politischen, kulturellen und geistigen Strukturen. Das vorrangige Erkenntnisinteresse Fromms ist deshalb - übrigens nicht nur im Blick auf die Gesellschaft, sondern auch im Umgang mit einzelnen Menschen - immer der Gesellschafts-Charakter: „Die Verschiedenheit der Produktions- und Lebensweise der verschiedenen Gesellschaften beziehungsweise Klassen führt zur Herausbildung verschiedener, für diese Gesellschaft typischen Charakterstrukturen. Die einzelnen Gesellschaften unterscheiden sich nicht nur durch die Verschiedenheit in der Produktionsweise und ihrer sozialen und politischen Organisation, sondern auch dadurch, dass ihre Menschen bei allen individuellen Unterschieden eine typische Charakterstruktur aufweisen. Wir wollen diese den 'sozial typischen Charakter' nennen.“¹

Diese knappe Vorbemerkung zum psycho-sozialen oder sozial-psychologischen Ansatz Erich Fromms möge in diesem Rahmen genügen, um den Ansatz für die jetzt folgenden inhaltlichen Ausführungen anzudeuten.

2. Überblick über die Gesellschafts-Charakterorientierungen

Fromm hat mit der Ausarbeitung verschiedener Gesellschafts-Charakterorientierungen in Abhängigkeit von den sozio-ökonomischen Verhältnissen Einsichten in die leidenschaftliche Tiefenstruktur des gegenwärtigen Menschen geliefert, die verständlich machen können, warum sich die Deutschen in den Jahren ihrer Trennung fremd geworden sind.

Nachfolgend soll nun ein Überblick über die heute gängigsten Gesellschafts-Charakterorientierungen gegeben werden. Grundsätzlich lassen sich die Charakterorientierungen entsprechend ihrer Wirkung bezüglich Entfaltung, Wachstum und Integration der psychischen Kräfte in produktive und in nicht-produktive Orientierungen unterscheiden, wobei zuerst die *nicht-produktiven Charakterorientierungen* erwähnt werden sollen. Hier lassen sich aus Fromms Gesamtwerk folgende Orientierungen im Umgang mit anderen und mit sich und bei der Güteraneignung systematisch darstellen:

- Der sadomasochistische oder **autoritäre** Charakter will entweder andere beherrschen (zeichnet sich also durch eine sadistische Leidenschaftlichkeit aus) oder er will sich anderen unterwerfen (verfolgt also eine masochistische Grundstrebung). Kennzeichnend für die autoritäre Orientierung ist die symbiotische Verbundenheit von Herrschenden und Unterworfenen, von sadistischer und masochistischer Komponente. Der Sadist kann ohne den Masochist nicht leben und umgekehrt. Im Umgang mit sich selbst herrscht die Grundorientierung vor, sich zu beherrschen (sadistisch) beziehungsweise sich selbst zu verleugnen und aufzuopfern (masochistisch). Bei der Aneignung von Gütern zeigen sich die Grundstrebungen im Nehmen (ausbeuterisch) und Empfangen (rezeptiv). - Der autoritäre Charakter bildet sich bevorzugt in wirtschaftlichen und politischen Systemen aus, die durch autoritäre Herr-

¹ E. Fromm (1992e), „Die Determiniertheit der psychischen Struktur durch die Gesellschaft. Zur Methode und Aufgabe einer Analytischen Sozialpsychologie“ [1937], in: E. Fromm: *Gesellschaft und Seele. Beiträge zur Sozialpsychologie und zur psychoanalytischen Praxis* (Schriften aus dem Nachlass, herausgegeben von Rainer Funk, Band 7), Weinheim und Basel (Beltz Verlag) 1992 bzw. München (Heyne) 1996, S. 23-97, hier S. 77.



schaftsformen, Diktaturen, Hierarchien, Kapitalismus oder planwirtschaftlicher Staatskapitalismus gekennzeichnet sind.

- ❑ der **hortende** Charakter wird der von der Grundleidenschaft getrieben, sich alles aneignen und aufbewahren zu wollen. Sein tiefstes Streben ist Sicherheit, Festhalten und In-Besitz-Nehmen. Bildlich gesprochen, will er auf alles „drausitzen“. - Diese Orientierung ist besonders für bürgerlich-sesshafte Gesellschaften und gesellschaftliche Schichten typisch,
- ❑ der **Marketing-Orientierung** folgt der Grundstrebung, sich immer chamäleonhaft an das anpassen zu wollen, was der Markt verlangt, ohne sich zu binden und zu identifizieren. Nähe im Sinne von Bindung und die Fähigkeit zu tiefergehenden Gefühlen wären Hindernisse bei der Befriedigung seiner Grundstrebung, ganz flexibel zu sein und sich je neu anzupassen. Im Umgang mit sich selbst zeigt sich bei dieser Grundorientierung der Wunsch, möglichst ungebunden und frei zu sein, um immer und überall gut ankommen zu können. - Die Marketing-Orientierung bildet sich in marktwirtschaftlich organisierten Gesellschaften, in denen das gesamte gesellschaftliche, politische und kulturelle Leben vom Erfolg auf dem Markt bestimmt ist.
Die Marketing-Orientierung ist bereits durch ein Distanz schaffendes, schizoides Moment gekennzeichnet. Dieses verstärkt sich bei den nun folgenden drei Orientierungen noch mehr.
- ❑ Der **leichte Narzissmus** zeichnet sich dadurch aus, dass zwar ein Umgang mit anderen stattfindet, doch ist dieser Umgang immer von der Strebung bestimmt, den anderen zu verzwecken. Es geht in Wirklichkeit nie um den anderen, sondern immer nur um die Bedeutung, den Nutzen, den Wert, den er für einen selbst hat. Entsprechend ist beim leichten Narzissmus die Grundstrebung im Umgang mit sich selbst: Es geht immer um den Wunsch, selbst erfolgreich und bedeutsam zu sein. Dies geschieht entweder dadurch, dass der andere als Spiegel des eigenen Selbst oder komplementär als Teil des eigenen Selbst gebraucht wird.
- ❑ Dieses verzweckende Moment fällt beim **stark ausgeprägten Narzissmus** weg. Der Umgang mit anderen ist von der Grundstrebung bestimmt, den anderen entweder anzufeinden (wobei sich die Ausdrucksformen von der Gleichgültigkeit über das Desinteresse, den Neid bis hin zum destruktiven Wunsch, den anderen auszuschalten, erstrecken) oder zu vereinnahmen. Gleichzeitig ist der Umgang mit sich selbst ganz davon bestimmt, grandios zu sein. - Narzisstische Charakterorientierungen sind immer davon bestimmt, das Erleben von Ohnmacht und Bedeutungslosigkeit reaktiv zu kompensieren, indem man statt sich ohnmächtig und minderwertig zu erleben dauerhaft großartig und bedeutend fühlt. Narzisstische Charakterorientierungen bilden sich sowohl bei autoritäre sozio-ökonomischen Strukturen wie vor allem in marktwirtschaftlich organisierten Strukturen. In autoritären Strukturen wird das Ohnmachtsgefühl des Unterworfenen dadurch kompensiert, dass der Unterworfene sich mit der Grandiosität der Autorität, des Führers, der Partei, der Kirche, der sozialistischen Idee usw. identifiziert. In marktwirtschaftlich organisierten Strukturen kommt es zu einer immer stärkeren Abhängigkeit vom Markt und vom Erfolg auf dem Markt bei gleichzeitigem Verlust eines authentischen Identitätserlebens, also eines Selbsterlebens, das seinen Grund im Erleben seines Eigenseins hat. Der Bezug zur äußeren Wirklichkeit und zur eigenen inneren Wirklichkeit wird immer wirk-



lichkeitsfremder und mit Hilfe von narzisstischen Erfolgs- und Großartigkeitsphantasien kompensiert.

- ❑ Schließlich gehört zu den Distanz schaffenden Grundorientierungen der **nekrophile** Charakter, der von allem angezogen wird, was tot, maschinell, dinghaft und - wie Dinghaftes - berechenbar ist oder das unlebendig und leblos ist bzw. in diesen Zustand gebracht werden kann. Darum zeigt sich die Nekrophilie im Umgang mit Gütern als Grundstrebung des Vernichtens und Verbrauchens, während sie im Umgang mit anderen als Wunsch, zerstörerisch zu sein, in Erscheinung tritt und jede lebendige und von Emotionalität getragene Beziehung zu vernichten wünscht. - Die nekrophile Orientierung bildet sich heute in den hochindustrialisierten, „technotropen“ Gesellschaft aus, in denen die Technik und das technisch Machbare nicht nur die Güterproduktion bestimmt, sondern zum Motor des Lebens geworden ist, also auch das soziale, politische, kulturelle, wissenschaftliche und spirituelle Leben bestimmt.
- ❑ In Abgrenzung zu allen bisher genannten nicht-produktiven Charakterorientierungen zeichnet sich die **produktive** Charakterorientierung dadurch aus, dass sie dem Menschen ein Erleben und den Vollzug von abgegrenzter Individualität, von Eigenständigkeit (Autonomie) und Subjektsein (Subjektivität) ermöglicht sowie ein Erleben und den Vollzug von interessiertem Bezogensein auf die Wirklichkeit, von Wirklichkeitssinn (Fähigkeit zur Objektivität) und Liebesfähigkeit. Sie verstärkt die integrativen und lebensliebenden Kräfte und führt zu einem Wachstumssyndrom. Bei allen Gesellschafts-Charakteren unterscheidet Fromm zwischen einer produktiven und einer nicht-produktiven Orientierung. Je nachdem, wie stark die produktive oder nicht-produktive Orientierung ist, tendieren die jeweiligen Charakterzüge dazu, die Wachstumskräfte bzw. die Verfallskräfte zu stärken.

Systematik und Übersicht über die Charakter-Orientierungen und Grundleidenschaften			
Orientierung	Umgang mit anderen	Umgang mit sich	Aneignung von Gütern
autoritär:			
- sadistisch	beherrschen	sich beherrschen	sich nehmen
- masochistisch	sich unterwerfen	sich verleugnen	empfangen
hortend:	Besitz ergreifen	sich sichern	sammeln
Marketing:	sich anpassen	sich vermarkten	tauschen
leicht narzisstisch:	verzwecken	bedeutsam sein	vereinnahmen
stark narzisstisch:	anfeinden	grandios sein	missbrauchen
nekrophil:	zerstören	sich selbst zerstören	verbrauchen
produktiv:	lieben, vernünftig sein	lieben, vernünftig sein	tätig sein



3. Charakterorientierungen von Ost- und Westdeutschen

Mit Hilfe des Frommschen Konzepts des Gesellschafts-Charakters und der genannten Charakterorientierungen hat ein Arbeitskreis der Internationalen Erich-Fromm-Gesellschaft zwischen 1990 und 1994 je 15 Grundschul- bzw. Unterstufen-Lehrerinnen und -Lehrer in Ost- und Westdeutschland mit Hilfe von Tiefeninterviews und einem aufwendigen psychoanalytischen Gruppenauswertungsverfahren charakterologisch untersucht.² Ohne hier auf Einzelheiten dieser Pilotstudie eingehen zu wollen, möchte ich bemerken, dass leicht der Eindruck entstehen kann, dass hier differenzierte Einzelmenschen simplifizierend in die Schubladen der Charaktertypen gesteckt werden. Ein solcher Eindruck entsteht gern, wenn von einzelnen Interviewten sozialpsychologische Aussagen über deren Charakterorientierung gemacht werden. Charakterorientierungen sind Orientierungen, also leidenschaftliche Ausrichtungen des Verhaltens, die als Typen begrifflich gefaßt werden, dabei mehr oder weniger intensiv sein können und kaum in Reinform vorkommen. Nicht-produktive und produktive Charakterorientierungen kommen im Einzelnen vielmehr in mannigfachen Mischungen und Stärkeverhältnissen vor. Deshalb muss man einerseits die Mischung der nicht-produktiven Orientierungen untereinander und die dabei dominante Orientierung erkennen; andererseits muss die Mischung der nicht-produktiven mit den produktiven Orientierungen erkannt werden, um den Grad der Produktivität bestimmen zu können.

Die Auswertung der insgesamt 30 Tiefeninterviews ergab signifikante Unterschiede zwischen den Lehrerinnen und Lehrern in Ost- und Westdeutschland. Die Bedeutung, die die berufliche Tätigkeit bei der Prägung des Charakters hat, erwies sich als vergleichsweise geringer als die Bedeutung, die die fundamentalen unterschiedlichen wirtschaftlichen und politisch-gesellschaftlichen Systeme für die Ausbildung der Gesellschafts-Charakterorientierungen haben. Mit Ausnahme der stark narzisstischen Charakterorientierung fanden wir alle eingangs beschriebenen Gesellschafts-Charakterorientierungen. Unter quantitativem Aspekt ergibt sich aus der Untersuchung:

Von den 30 interviewten LehrerInnen zeigten insgesamt 16 eine dominant autoritäre Gesellschafts-Charakterorientierung. Werden auch sekundäre autoritäre Orientierungen miteinbezogen, so ließ sich insgesamt bei 23 LehrerInnen in Ost und West Autoritäres erkennen. Die zweithäufigste Charakterorientierung war der leichte Narzissmus: Hier zeigten sechs LehrerInnen, also ein Fünftel, einen dominant leicht narzisstischen Charakter. Unter Einbezug auch sekundärer Charakterorientierungen war bei neun weiteren, also insgesamt bei der Hälfte der Befragten ein leichter Narzissmus festzustellen. An dritter Stelle folgte der Marketing-Charakter, der bei vier LehrerInnen dominant war. Ansonsten wurden noch zwei hortende und je eine nekrophile und produktive Charakterorientierung gefunden.

² 1995 wurde diese Untersuchung der Internationalen Erich-Fromm-Gesellschaft unter dem Titel *Die Charaktermauer. Zur Psychoanalyse des Gesellschafts-Charakters in Ost- und Westdeutschland. Eine Pilotstudie bei PrimarschullehrerInnen* beim Verlag Vandenhoeck und Ruprecht veröffentlicht hat. Ergänzungen, mit denen besonders die Auswertungsmethode sich verdeutlichen lässt, wurden in *Gesellschaft und Charakter*, Jahrbuch der Internationalen Erich-Fromm-Gesellschaft, Band 6, Münster (Lit-Verlag) 1995, S. 7-47 veröffentlicht. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch die Untersuchung von E. Brähler und H.-E. Richter, „Deutsche Befindlichkeiten im Ost-West-Vergleich,“ in: *Psychosozial*, Gießen (Psychosozial-Verlag Dr. Hans-Jürgen Wirth) Nr. 59 (1/1995), S. 7-20.



Werden die gefundenen Charakterorientierungen getrennt nach Ost und West betrachtet, zeigt sich folgendes Bild: Bei 12 von 15 ostdeutschen LehrerInnen fanden wir einen dominanten autoritären Charakter (unter den restlichen drei waren je einer hortend, narzisstisch und produktiv), während unter den 15 westdeutschen LehrerInnen nur vier dominant autoritär waren. Zählt man die Marketing-Orientierung und die leicht narzisstische Charakterorientierung zusammen, dann ergibt sich als Kontrast zum Osten, dass unter den 15 westdeutschen LehrerInnen vier dominant marketing-orientiert und fünf leicht narzisstisch waren (außerdem vier autoritär, einer hortend und einer nekrophil). Der Vergleich zwischen Ost und West zeigt hier, dass im Osten (bei 12 von 15) weiterhin autoritäre Orientierungen vorherrschen, während westdeutsche Lehrer (9 von 15) eher marketing- oder narzisstisch orientiert sind.

Vergleicht man die 12 ostdeutschen LehrerInnen, die einen dominant autoritären Charakter zeigten, mit den vier westdeutschen, dann fallen wichtige Unterschiede in der Art des Autoritären auf: Drei der vier Lehrerinnen aus Westdeutschland zeigten masochistische Strebungen im Umgang mit anderen; bei der vierten war das Autoritäre nicht offen als Herrschaftswillen zu finden, sondern in ihrer bevormundend-fürsorglichen Art. Bei den ostdeutschen LehrerInnen fällt vor allem ihr paternalistischer Autoritarismus auf, für den auch ein weiteres zentrales Merkmal typisch ist: die Wendung des Sadismus gegen die eigenen Gefühle. Gefühlsbeherrschung und - in deren Folge - Verleugnung der eigenen Gefühle (das von Hans-Joachim Maaz beschriebene Phänomen des „Gefühlsstaus“) kennzeichnen in besonderem Maße die autoritäre Gesellschafts-Charakterorientierung ostdeutscher LehrerInnen.

Ein weiteres bemerkenswertes Ergebnis im Vergleich zwischen Ost und West ist das Fehlen des Marketing-Charakters im Osten (nur dreimal sekundär) und seine viermalige Dominanz im Westen. Auffällig ist in diesem Zusammenhang auch, dass alle vier westdeutschen Marketing-Charaktere in Großstädten zu finden waren, während umgekehrt von den vier autoritären WestlehrerInnen nur eine in einer Großstadt lebte. (Sie war zugleich auch mit 51 Jahren die älteste.)

Ein wichtiges Ergebnis ist auch das geringe Vorkommen von hortenden Charakterorientierungen. Diese für das Bürgertum und die Mittelschicht, zu der LehrerInnen zählen, früher so dominante Gesellschafts-Charakterorientierung ist nur je einmal im Osten und einmal im Westen nachweisbar. Weder im ostdeutschen Sozialismus noch in der Marktwirtschaft des Westens erfährt diese Orientierung eine Förderung. Bei beiden ist auch auffällig, dass sie mit einer sekundären narzisstischen Orientierung gemischt sind, so dass das Hortende weniger mit Anhäufen und Ansammeln zu tun hat als vielmehr mit einem Besitzstreben zur Sicherung des Selbstwelterlebens.

Dass keine stark narzisstische Orientierung zu finden war (nur ein westdeutscher Lehrer wurde an der Grenze vom leichten zum starken Narzissmus diagnostiziert), mag mit der untersuchten Gruppe zu tun haben: LehrerInnen, die Kinder nur als Bedrohung und Gefährdung ihrer Größenvorstellungen erleben, sind eigentlich unvorstellbar im Schulalltag einer Primarschule. Eine leicht narzisstische Orientierung fand sich hingegen fünfmal im Westen und einmal im Osten, als sekundärer Zug immerhin noch bei vier Personen im Westen und bei fünf im Osten. Der leicht narzisstische Charakter nimmt den anderen zwar wahr, jedoch nur in einer oberflächlichen und verzweckenden Weise. Alles am anderen, was Bedeutung für das eigene Selbst haben kann, wird in selbstbezogener Weise wahrgenommen. Auch wenn der Lehrerberuf wie alle sozialen Berufe voraussetzt, dass die Betreffenden ein gesteigertes Interesse an ande-



ren haben, so partizipieren sie dennoch an der gesamtgesellschaftlich zu beobachtenden Zunahme narzisstischer Selbstbestätigungsaktivitäten, und zwar vorzüglich dadurch, dass sie von ihrer Überlegenheit und dem Angewiesensein der ihnen Anvertrauten profitieren. Dass PrimarschullehrerInnen gerade Kinder zur Stabilisierung ihres eigenen Selbst gebrauchen können, wundert nicht. Kinder sind mit ihrer Idealisierungsfähigkeit und Anhänglichkeit in der Latenzzeit besonders dankbare Gegenüber für narzisstisch bedürftige Menschen.

Dass nur eine einzige westdeutsche Grundschullehrerin als dominant nekrophil erkannt wurde, mag ebenfalls mehr auf die untersuchte Gruppe zurückzuführen sein als auf die gesellschaftlichen Realität. Wer das Leben meidet und hasst und wer Wachstum als Bedrohung erlebt, wird nicht LehrerIn und will nicht mit Kindern zwischen sechs und zehn Jahren zu tun haben.

Auch wenn nur ein einziger Lehrer mit einer dominant produktiven Gesellschafts-Charakterorientierung gefunden wurde, spielt die Produktivität als sekundäre Orientierung keine unwesentliche Rolle. Es zeigen sich auffällige Unterschiede zwischen Ost und West. Nicht nur, dass der einzige produktive Charakter aus dem Osten kommt, auch bei den Mischungen mit sekundär produktiven Orientierungen zeigt sich ein Übergewicht von sechs zu drei für den Osten. Von den sechs ostdeutschen LehrerInnen, deren Charakterstruktur eine Mischung mit der produktiven Orientierung zeigt, sind fünf dominant autoritär und eine dominant narzisstisch. Der Vergleich zwischen Ost und West wirft die Frage auf, ob das restriktive paternalistisch-autoritäre System der DDR nicht doch noch mehr produktive Charakterorientierung ermöglichte als die an der anonymen Autorität „Markt“ orientierte westliche Industriekultur, in der die Entfremdung des Menschen von seinen Eigenkräften deshalb fortgeschrittener ist, weil sie den einzelnen zwingt, seine produktiven Eigenkräfte zu verleugnen, um sich erfolgreich am „Markt“ und an der Verkäuflichkeit zu orientieren.

Der Unterschied zwischen Ost und West hinsichtlich der produktiven Charakterorientierung zeigte sich bei der Auswertung vor allem darin, ob und welche „flowers“ (Veränderungswünsche, Wachstumsindikatoren, Verantwortungsgefühl, Interessiertheit und Bezogenheit usw.) bei den Interviewten wahrgenommen wurden. Während bei der Auswertung aller 15 Ostinterviews solche „flowers“ wahrgenommen wurden, fehlte bei drei Westinterviews diese Wahrnehmung überhaupt; sie waren oft selbstbezogen und deshalb nicht klar von rein narzisstischen Selbstbesetzungen abgrenzbar.

4. Gesellschafts-Charakterorientierungen und der deutsch-deutsche Umgang miteinander

Mit der - sicher ungenügenden - Darstellung der Ergebnisse der tiefenpsychologischen Untersuchung von Deutschen in Ost und West sollte empirisch der gesellschaftscharakterologische Unterschied zwischen Ost- und Westdeutschen belegt und die im folgenden auszuführende These begründet werden, dass die deutsch-deutschen Fremdheitserfahrungen vor allem mit den unterschiedlichen Dominanzen von Gesellschafts-Charakterorientierungen zu tun haben. Die deutsch-deutschen Fremdheitserfahrungen kann ich hier freilich auch nur exemplarisch aufweisen. Ich beschränke mich auf den autoritären Charakter und den Marketing-Charakter und versuche die Fremdheitserfahrungen zu benennen, die sich zwischen Ost- und Westdeutschen ergeben, wenn - entsprechend der Untersuchung - der autoritäre Charakter ostdeutschen Men-



schen und der Marketing-Charakter westdeutschen Menschen zugeschrieben wird.³

a) Die Psychodynamik des autoritären und des Marketing-Charakters

Um hier nicht von autoritärer und von Marketing-Orientierung nur in Begriffen zu reden, möchte ich versuchen, mit diesen Charaktertypen noch ein wenig mehr in „Berührung“ zu kommen, denn gerade die Kennzeichnung „autoritär“ verdeckt oft mehr und verhidnert die für jedes wirkloiche Verstehen notwendige Einfühlung.

Beim **autoritären Charakter** spiegeln sich die sozial-ökonomisch vorgegebenen autoritären Strukturen bevorzugt in folgenden **Charakterzügen** wider:

- in der *Bewunderung und Idealisierung der Autorität*, des Autoritären, des Starken, des Mächtigen (weshalb Werte wie Ehre, Respekt, Achtung einen hohen Stellenwert haben);
- in der Neigung zum *Gehorsam* und Gehorchen sowie in der Fähigkeit zu Treue und Demut;
- in einer *Ergebenheitshaltung* gegenüber den Anordnungen der Obrigkeit oder der Parteitagsbeschlüsse, bei der alles Gute von der Autorität ausgeht und nur geduldig erwartet werden muss;
- im Gefühl der *Dankbarkeit* gegenüber der Autorität und in der Erwartung, dass sie schon sorgt und weiterhilft und für das Gesamte die Verantwortung trägt;
- im Verständnis von Arbeit als *Pflichterfüllung* (des Beamten, des Arbeiters, des Polizisten, Soldaten usw.), oder als *Erfüllung des Plansolls* oder als *Dienst* (vor allem bei religiösen und ethischen Ansprüchen);
- in einer *Konflikt- und Kritikunfähigkeit* gegenüber den Oberen, bei der aggressive und kritische Gefühle abgewehrt und um so massiver gegenüber Untergeordneten ausgelebt werden;
- in der *Feindseligkeit gegen alles Kreative, Spontane und Autonome* und gegen alles, was Ungehorsam, Trotz, Unabhängigkeit, Individualität zeigt: beim Ehepartner, bei den eigenen Kindern, bei den Untergebenen, bei den einem Anvertrauten, bei den Dissidenten, bei den Künstler, bei den Wissenschaftlern usw.;
- in der *Lust am Strafen* und Belegen mit Sanktionen bei Ungehorsam und im Belohnen von Gehorsam und Willfährigkeit; sowie in *Willkürhandlungen* bzw. (in paternalistischen und religiösen Systemen) in Gnadenhandlungen;
- in *bevormundender Fürsorglichkeit* des Lehrers, der Krankenschwester, des Arztes, der Mutter, der Kirche, der Partei, der sozialistischen Gesellschaft (die alle besser wissen, was für den einzelnen gut ist);
- in der *Verbundenheit und Solidarität* mit denen, die zum gleichen System gehören und in einem *Pflichtgefühl* für die Anliegen des Systems.

Im Umgang mit sich selbst sind darüber hinaus besonders kennzeichnend:

- die *Unterdrückung eigener Triebstrebungen* und Gefühle, insbesondere wenn diese Trotz, Ungehorsam, Widerspruch, Rebellion etc. ausdrücken;

³ Für eine ausführlichere Darstellun vgl. R. Funk, „Ost und Westdeutsche und ihr Umgang mit dem Fremden“, in: *Standpunkt: sozial. Hamburger Forum für soziale Arbeit*, Heft 1, Mai 1996, Hamburg (FHS Hamburg, Fachbereich Sozialpädagogik) 1996, S. 36-45.



FUNK-Online

- eine *Strenge gegen sich selbst*, Disziplin, Keuschheit, Selbstbeherrschung, Askese, Leibfeindlichkeit, Versagung, Verzicht sind Werte autoritärer Strukturen;
- eine *Neigung zu Triebängsten*, Strafängsten, Bedrohungsgefühlen, Hemmungen, zwanghaftem Kontrollverhalten;
- eine *Neigung zu Minderwertigkeitsgefühlen*, Schuldgefühlen, Selbstanklagen, rigider Moralität sowie eine Neigung zu Fehlhandlungen, Selbstbestrafungen durch Unfälle, Missgeschicke usw.

Immer folgen alle genannten Charakterzüge der Logik der Autoritären: der Herrschaft der Autorität und der Unterwerfung unter sie sowie der symbiotischen Bindung und Abhängigkeit der Herrschenden und der Abhängigen voneinander. Die Psychodynamik der autoritären Orientierung unterscheidet sich fundamental von der der Marketing-Orientierung.

Die leidenschaftliche Grundstrebung des **Marketing-Charakters** ist ein chamäleonhaftes Sich-anpassen an das, was Erfolg verspricht, ankommt und sich (auf dem „Markt“) verkaufen lässt. Sämtliche Bedürfnisse und Lebensbezüge werden von der leidenschaftlichen Lust, *sich anpassen und sich vermarkten zu wollen* bestimmt. Diese Grundstrebung erzeugt eine Reihe von Teilstrebungen, also Charakterzügen, die erst deutlich machen, welche Psychodynamik beim Marketing-Charakter am Werk ist. Ohne Anpassungslust (= Konformismus) und Verkaufsstrategie (= Marketing) läuft heute überhaupt nichts mehr. Beides lässt sich aber nur realisieren, wenn der Mensch lernt, *offen, flexibel, mobil und ungebunden* zu sein. Dies sind denn auch die wichtigsten Teilstrebungen des Marketing-Charakters: Offen zu sein, meint, tolerant, für alles interessiert, undogmatisch zu sein und ohne hemmende Tradition, Wertbindungen, Vorurteile zu leben. Flexibilität und Mobilität sind das A und O jedes erfolgreichen Unternehmens, jeder erfolgreichen Lebensplanung, jedes erfolgreichen Beziehungslebens.

Die geforderten und ersehnten neuen „Tugenden“ der Offenheit, Flexibilität, Mobilität und Ungebundenheit fördern den Prozess der „*Individualisierung*“ des postmodernen Menschen, mit der Individualisierung aber zugleich auch eine *Ent-Emotionalisierung* und *Bindungsunfähigkeit*: So willkommen ein ungebundenes Leben sein mag, so sehr leidet das psychische Erleben des Menschen, wenn die emotionale Bindungsfähigkeit schwindet. Nähe im Sinne von Bindung und die Fähigkeit zu tiefergehenden Gefühlen sind Hindernisse für eine flexible, mobile, offene und ungebundene Persönlichkeit. So entwickelt der Marketing-Orientierte eine Nähe- und Bindungsunfähigkeit, zeigt keine Verbindlichkeit mehr, fühlt sich zu nichts mehr verpflichtet, lebt immer mehr nur noch eine als „Spontaneität“ rationalisierte Beliebigkeit. Die Bindungsunfähigkeit äußert sich in einer immer stärker werdenden schizoiden Grundhaltung, in *Gleichgültigkeit* und „*Coolness*“ oder kompensatorisch in einer suchthaften Abhängigkeit. Der Marketing-Orientierte ist immer weniger imstande, noch seine an die emotionale Bindungsfähigkeit gekoppelten eigenen Gefühle zu spüren. Er wird gefühllos oder entwickelt sentimentale Pseudo-Gefühle und wird in zunehmendem Maße leblos, dinghaft, maschinenähnlich, roboterhaft.

Mit der Entemotionalisierung und Bindungsunfähigkeit geht eine *Verdinglichung* („Reifizierung“) *des Menschen* einher, die ihn zwar so leistungsfähig, berechenbar und perfekt wie eine gut funktionierende Maschine macht, bei der er aber seine Identität als menschliches Wesen, das seine Lebendigkeit der Aktivierung seiner eigenen Antriebs-



kräfte (= „Eigenkräfte“) verdankt, einbüßt und ohne äußere Antriebe zum leblosen Ding wird, das von Langeweile, innerer Leere und Desinteresse geplagt wird.

Das Angewiesensein auf belebende äußere Antriebe artikuliert sich im *Bedürfnis nach Stimulation* (durch „aufreizende“ Geräusche, Musik, visuelle Reize, Berührung, Sexualität, Speisen, Getränke, Unterhaltungssendungen, Sensationen, Gewaltszenen, Superlative usw.) und in einer *Vermenschlichung der Dinge*, indem den Produkten und Waren Attribute des Menschlichen und Lebendigen (wie Aktivität, Lebendigkeit, Freude, Frische, Zärtlichkeit, Solidarität, Liebe usw.) zugeschrieben werden, wie die Werbung eindrücklich belegt.⁴

Autoritäre und Marketing-Orientierung kennzeichnen also ziemlich verschiedene Grundstrebungen und äußern sich in sehr unterschiedlichen Teilstrebungen, Idealen und Werten. Sie bewirken, dass sich Ostdeutsche und Westdeutsche auf Grund ihrer unterschiedlichen Gesellschaft-Charakterorientierungen wie ethnisch Fremde begegnen, obwohl sie die gleiche Sprache sprechen, in der Schule die gleichen deutschen Klassiker der Literatur lesen und gelesen haben, in der Kirche wie eh und je „Ein feste Burg ist unser Gott“ singen, die gleiche Werbung im Fernsehen sehen und heute unter Umständen sogar den gleichen Arbeitgeber haben.

Um die These, dass sich die Deutschen in Ost und West wie ethnisch Fremde erleben, zu illustrieren, mag ein Blick auf die Alltagssprache genügen. Sie spiegelt die Fremdheit des anderen Deutschen auf vielfältige Weise. Noch nach so vielen Jahren sprechen Ost- wie Westdeutsche davon, dass sie „nach drüben“ fahren oder Besuch „von drüben“ bekommen. Die Sprachschöpfung „Ossi“ und „Wessi“ ist ein unmittelbarer Ausdruck dafür, dass man nicht einfach von einem Deutschen reden kann, sondern von einem bestimmten Typ von Deutschen. Redewendungen wie „das ist eben ein Ossi“ oder „ein typischer Wessi“ dienen als ethnische Abgrenzungen und werden wie etwa die Bezeichnung „typisch französisch“ gebraucht. Das „fremdelnde“ Moment zeigt sich auch in der abschätzigen Konnotation: Vom „Ossi“ oder „Wessi“ wird mit dem gleichen entwertenden Unterton gesprochen wie vom „Polaken“ oder vom „Itaker“. Dass ein Westberliner, der in Ostberlin wohnt, ein „Wossi“ ist und deshalb eine eigene (ethnische) Identität hat, ist nur nachvollziehbar, wenn die beiden Stadthälften sich immer noch wie Ausland begreifen.

Auch andere, für die Aus- and Abgrenzung dessen, der als ethnisch fremd erlebt wird, typische Bewältigungsmechanismen spiegeln sich in der Alltagsrede. Spricht jemand von einem bestimmten Ost- oder Westdeutschen, dann kann man oft in ein und demselben Satz beobachten, wie nicht mehr von diesem bestimmten Menschen, sondern von einem Ossi oder Wessi gesprochen wird. Mit Generalisierungen, Pauschalierungen und Stereotypisierungen, die die individuellen Unterschiede der Betroffenen verleugnen und/oder bestimmte Eigenschaften kontrastierend überzeichnen, versucht man, zum anderen als einem Fremden auf Distanz zu gehen.

So sehr sich Ost- und Westdeutsche gegenseitig noch immer wie ethnisch Fremde erleben, so zeigen sich bei der Frage, worin das Fremde wahrgenommen wird, zwi-

⁴ Über die Aneignung und den Konsum der Produkte versucht der Mensch vermeintlich sich die auf die Produkte projizierten menschlichen und lebendigen Eigenschaften wieder zuführen zu können und also seine innere Leere und Verdinglichung zu kompensieren. Diesen Vorgang der Wiedergewinnung des Menschseins durch die Aneignung von vermenschlichten Dingen hat Fromm mit der „Habenorientierung“ beschrieben, die sich eben dadurch auszeichnet, dass sie eine Gier nach immer mehr Haben erzeugt und gerade nicht geeignet ist, dem Menschen sein lebendiges Menschsein zurückbringen zu können.



schen Ost- und Westdeutschen Unterschiede, die mit der verschiedenen Dominanz der Gesellschafts-Charakterorientierungen zu tun haben. Für den Aufweis dieser Unterschiede werden hier Klischees, Vorurteile, Feindbilder usw. in Alltagsaussagen analysiert, die der Dokumentation des Bandes *Spiegelbilder. Was Ost- und Westdeutsche übereinander erzählen*⁵ entnommen sind.

b) Was Ostdeutschen an Westdeutschen fremd ist

Menschen, die in einem autoritär-paternalistischen System leben, zeigen das Symbiotische ihrer Orientierung in starken emotionalen Bindungen zur eigenen Gruppe und in einer deutlichen Tendenz, jene, die nicht zum eigenen System gehören, als „unsympathisch“ und fremd zu erleben. So bekam eine Westberliner Studentin, die sich in einer Gruppe von Ostdeutschen befand, als sie sich als Westberlinerin bekannte, die Rückmeldung: „Wie? Du bist'n Wessi? Du warst mir so sympathisch.“ (LUI 317) Ein anderer Westberliner, der mit seiner Freundin im Zug durch Mecklenburg fuhr und sich mit Ostdeutschen angeregt und herzlich unterhielt, spürte einen völligen Umschwung der Stimmung, als sich herausstellte, dass er ein Wessi ist: „Ab dem Moment waren die sehr reserviert, weil die erst da mitgekriegt haben, dass wir aus dem Westteil Berlins kamen... Und dann wurden die auf einen Schlag still, nachdem vorher so eine lockere Atmosphäre war. Eine fing sogar an, mich mit 'Sie' anzureden...“ (LUI 301)

Kritik am anderen zu äußern, ist bei einer autoritären Grundorientierung immer mit Schuldgefühlen verbunden und muss deshalb, wo sie geäußert wird, gleichzeitig entschuldigt werden, etwa indem sie in ein „man“ gekleidet wird oder indem mit dem Hinzufügen von „leider“ statt einer handfesten Kritik ein Bedauern vorgegeben wird. So äußert sich ein Ostdeutscher, der von einer westdeutschen Firma übers Ohr gehauen wurde: „Manche Westdeutsche denken eben, wir sind ja blöd, mit uns können sie ihre krummen Geschäfte machen - das muss ich jetzt leider einmal sagen.“ (LUI 251). Über einen „Westdeutschen übelster Sorte“ wird von einer Ostberlinerin gesagt: „Der hat ganz einfach nur eine große Fresse und mehr nicht. So muss man es sagen.“ (LUI 273) Eine ganze Reihe von entschuldigenden Floskeln äußert eine ostdeutsche Krankenschwester zum Thema „Männergewalt“: „Das sind solche Sachen, das muss ich dir ehrlich sagen, ich habe bei mir gedacht, ach, daher pfeift der Wind...“ (LUI 279)

Das selbstbewusste Auftreten der westdeutschen Marketing-Orientierten, die Eindruck machen wollen, sich gut zu verkaufen trachten und sich deshalb mit den Statussymbolen des Erfolgs (weißes Hemd, Krawatte, BMW oder Mercedes, Autotelefon usw.) anbieten, wird von autoritär-orientierten Ostdeutschen meist gar nicht als Erfolgs- und Verkaufsstrategie begriffen. Entsprechend ihrer von Vertrauen, Verbindlichkeit, Disziplin, Selbstbeherrschung, Sachautorität, Pflichtgefühl, Bescheidenheit bestimmten autoritären Werteordnung empfinden sie die Verpackung und das Auftreten der Westdeutschen als ihnen fremd, als autoritär, bevormundend, verderbt, ausbeuterisch, arrogant und asozial.

Über westdeutsche Vertreterbesuche klagt eine ostdeutsche Chemikerin: „Wir kommen uns hier vor wie im Affenkäfig!“, weil die Tür flog auf, mit bundesdeutscher Siegerpose kam irgend jemand schneide mit Schlips und Kragen und Jackett, guckte herein, sah, hier saßen Menschen mit Nasen im Labor, die Tür flog wieder zu, und weg

⁵ herausgegeben vom Tübinger Ludwig-Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaften (1995). Sie werden im Folgenden mit LUI und Seitenzahlangabe zitiert.



FUNK-Online

war er!“ (LUI 240) Eine Museumsangestellte bemerkte: „Was uns aufgefallen ist, als die ersten Wessis rüberkamen, die Beschlipsten - bei uns gab es keine Leute, die im Anzug und im Schlips rumgerannt sind...“ (LUI 276)

Dass Westler nur Geld („Kohle“) machen wollen, stößt einem Maschinenschlosser auf, der über einen „totalen Kohletypen“ sagt: „der macht eben Stadtpläne und so. Der hat sich nach der Wende total breit gemacht damit, fährt ein 100 000-Mark-Auto (und behauptete:) ‘Ja, ihr habt überhaupt keine Ahnung, und mit der Technik heutzutage kriegen wir alles wieder hin. Ozonloch, so ein Scheiß, schweißen wir wieder zu, ist alles nur eine Frage des Geldes, die Technik gibt es dafür.’“ (LUI 267)

Der Hausmeister einer Universität versteht die Welt nicht mehr, als sich ein Professor, ohne sich ausweisen zu wollen, den Schlüssel zum Vorlesungsraum bei ihm abholt. „Da sagt der Herr: ‘Ich bin ein Professor aus Hamburg, bei uns stehen in der ganzen Bundesrepublik die Türen zu den Vorlesungsräumen offen.’ ‘Und wenn sie der Kaiser von China wären’, sage ich, ‘auch dann müssen Sie, Herr Professor, ihren Ausweis hinterlassen’.“ Der Eindruck bleibt: „Manche Wessis halten die Nase so weit oben, dass sie über ihre eigenen Schuhe stolpern. Arrogant sind die, dabei sind sie doch kein bißchen besser.“ (LUI 249)

Eine ostdeutscher Rentner resümiert: „Die Westler, die hierherkommen, die sind so hochnäsiger, die sind so laut! Also da sind welche dagewesen, eigentlich ist hier ja um 22 Uhr Nachtruhe, aber man kann den jungen Leuten ja nicht den Mund verbieten. Die springen hier nachts noch rum, am Ende sogar noch nackt in den See.“ (LUI 246)

Viele Äußerungen von Ostdeutschen zeigen, dass nicht nur die „selbstbewusste“ Marketing-Pose als fremd empfunden wird und auf Ablehnung stößt, sondern auch die oft damit einhergehende narzisstische Überheblichkeit der Westdeutschen und deren Entwertung von allem Ostdeutschen. Ein Ingenieur für Maschinenbau, dem von seinem potentiellen neuen westdeutschen Arbeitgeber bescheinigt wurde, dass er alles, was er bisher gemacht habe, „vergessen“ könne und dass er „eigentlich ganz dumm“ sei, charakterisiert das Gespräch so: „Und das ist mit einer Arroganz und Überheblichkeit passiert, dass ich sage: ‘So etwas brauchen wir nicht. Was wir brauchen, ist Hilfe, aber nicht solche Hilfe. Solche Besserwisser oder Besserwessis, die können uns gestohlen bleiben!’“ (LUI 237)

Ein junger Schlosser mit abgeschlossener Ausbildung aus Leipzig bewarb sich bei der von Westdeutschen geführten „Ziel GmbH“ (!). „Dort wurde mir dann eben bescheinigt, dass ich gerade noch so gut bin, einen Hilfsarbeiter abzugeben. Und dann gab es noch eine andere Firma, wo hinten raus kam: ‘Nun unterschreiben Sie mal, dass Sie auch im Kernkraftwerk eingesetzt werden können’.“ (LUI 238). Noch schlimmer erging es einem 25jährigen Handwerker aus Dresden, der im Württembergischen Arbeit zu finden versuchte. Dessen Chef bescheinigte ihm: „‘Du Ossi kannst ja sowieso nichts und hast keine Ahnung, weil ihr aus dem Osten kommt.’ Na ja, da haben wir uns ein bißchen in den Haaren gehabt, und da bin ich wieder hergekommen.“ LUI 275)

c) Was Westdeutschen an Ostdeutschen fremd ist

Menschen, die ein marketing-orientierten Sinnen und Trachten zeigen, müssen flexibel, mobil, modern, aktiv, attraktiv, selbstbewusst, eindrucksvoll, erfolgs- und leistungsorientiert, ungebunden, clever, offen, fair, tolerant, lebenslustig, zielstrebig, unemotional, berechnend und cool sein und erleben autoritär-gebundene Menschen als hinderlich,



störend, ungepflegt, blamabel und fremd, weil diese gehorsam, beherrscht, schicksals- ergeben, pflichtbewusst, loyal, emotional, am Alten hängend sind. Sie werden dann als kleinkariert, altmodisch, unterentwickelt, unqualifiziert, passiv und dumm angesehen und zu „loosern“ gemacht, mit denen man nichts anfangen kann und zu denen man auf Distanz geht.

Mit den genannten Eigenschaftszuordnungen versuchen die Westdeutschen, sich die Ostdeutschen (wieder) vom Hals zu schaffen und wird die Mauer aufrecht erhalten. Die Westdeutschen grenzen sich von den Ostdeutschen in einer Weise ab, als wären diese ethnisch Fremde. Die Vorurteile und Klischees finden sich denn auch in Vorstellungen und Bildern, die sich westdeutsche Studenten von Ostdeutschen machen:

„(Der Ostdeutsche) erzieht seine Kinder in preußisch-militärischem Ton zu Ordnung und Gehorsam. Er ist kleinkariert und engstirnig, dumm und spießig. Er empfindet sich als rechtschaffenen Menschen, der sich nichts zuschulden kommen lässt, der tut, was die anderen auch tun, der ordentlich arbeitet und ansonsten bescheiden ist.“ (LUI 63) Eine andere sieht im Ostdeutschen „immer den in den 70er-Jahre-Kleidung und in abgetragener Kunstlederjacke altmodisch wirkenden ‘Ossi’“. (LUI 57) „Entsprechend zu der äußeren Haltung verbinde ich mit den Osis eine geduldige Abgestumpftheit, die Eigeninitiative eher unterbindet und bis zu Unselbständigkeit reicht. Ich stelle mir diese Menschen sehr gehorsam und diszipliniert vor, asketisch.“ (LUI 58)

Die Vorstellungen und Bilder, die Westdeutsche von Ostdeutschen haben, finden sich auch in den Alltagsäußerungen Westdeutscher wieder, wenn diese sich über die „Ossis“ auslassen. Als besonders unterentwickelt, dumm, und rückständig werden sie geschildert: Ein westdeutscher Bankangestellter über seine Erfahrungen beim „Einsatz“ im Osten: „Eines Tages kommt ein Typ in die Bank und will sein Konto auflösen. Ich sage ihm, das könne er gerne tun, aber vorher müsse er seinen Kredit zurückzahlen. Da war er ganz erstaunt: Er hätte gedacht, wenn man sein Konto auflöst, seien die Schulden damit erledigt.“ (LUI 305) - Ein westdeutscher Gymnasiast: „Ich war auf Usedom überrascht, wie dumm die Osis sind. Aber am dümmsten waren die Usedommer, die Usedommer, ja.“ (LUI 354) - Das Rückständige der Ostdeutschen zeigt sich für viele Westdeutsche, wenn Ostdeutsche - wie zum Beispiel im Urlaub - erstmals mit bisher Unbekanntem in Berührung kommen: „An solchen kleinen Sachen erkennst du das irgendwo, dass sie wider Willen unheimlich zurück sind, vieles nicht wissen, vieles nicht kennen und vor einem Berg voller Neuigkeiten, voller Probleme stehen, die für uns selbstverständlich sind. Im Prinzip sind sie fast wie kleine Kinder irgendwo.“ (LUI 295)

Der erfolgs- und leistungsorientierte Westdeutsche kann das Arbeiten der Ostdeutschen nach Vorschrift und Routine nur entwerfen: Einem 25jährigen Berufsschüler fiel in Dresden auf, „dass die gar nicht richtig arbeiten. Das geht alles so langsam. Die müssen noch viel lernen.“ (LUI 331) Auch ein Westdeutscher, der an einem Bahnschalter das Bemühen der Angestellten um den geschätzten Kunden nicht spüren kann, lässt sich so über die Ostdeutschen aus: „Die hatte einfach noch nicht gelernt, sich von dem alten ‘Ist mir doch alles egal’ umzustellen und sich mehr zu bemühen. Die müssen einfach noch lernen, sich um die Touristen zu bemühen.“ (LUI 320)

Oft ist die Wahrnehmung der ostdeutschen Wirklichkeit bei Westdeutschen so stark verzerrt, dass in ihr die Projektion der abgespaltenen eigenen Defizite erkennbar ist. Die Vorstellungen vom unterentwickelten und verschmutzten Ostdeutschen sagen dann mehr über das verleugnete eigene menschliche und moralische Versagen aus, als dass sie eine tatsächliche Beobachtung sind. So fragt ein Westdeutscher, der auf



Mallorca Ostdeutsche kennengelernt hat und mit ihnen die Adressen austauscht: „Sagt mal, habt ihr überhaupt Briefkästen?“ (LUI 263). Die gleichen Westdeutschen können es nicht glauben, dass diese Ostdeutschen schon einmal einen Sternenhimmel gesehen haben: „Ich denke, bei Euch gibt es das nicht! ... Na, bei Euch ist doch die Umwelt so verdreckt, da sieht man doch das gar nicht mehr. Ist doch alles oben zu, voll Ruß, das könnt Ihr doch gar nicht sehen!“ (LUI 264)

Wie fremd sich Deutsche in Ost und West doch sind: Als sich an der Bar des Tübinger Kinos „Arsenal“ (!) zwei unterhalten, ob die Russen oder die Sachsen das blödeste Volk seien, sagt Marta zu Freundin Christine: „Na ja, ich hätte mich auch lieber mit den Franzosen vereinigt.“ Christine: „Da müsstest Du aber erst mal Französisch lernen.“ Marta: „Besser als Sächsisch lernen!“ (LUI 367)

Der Unterschied zwischen dem Westdeutschen, der konformistisch sich den jeweiligen Gegenbenheiten anpassen möchte, und dem Ostdeutschen, dem Unterwerfung und Unterwürfigkeit noch völlig vertraut sind, kann kaum anschaulicher dokumentiert werden als mit der Äußerung eines vierzigjährigen ostdeutschen Kulturwissenschaftlers: „In dr Dädäerr is noch mähr Deutschland wie in dr Bäerrdä. Mir hab doch vom Russn nischt iebernomm'.Abr die hamm doch vom Ammi alles iebernomm', kucke nur dieses ganze Essen auf dr Hand und drglaichen.“ (LUI 241)

5. Über Chancen der deutsch-deutschen Verständigung

Die mit Hilfe der Frommschen gesellschafts-charakterologischen Methode ermittelten tiefenpsychologischen Einsichten in die unterschiedliche Persönlichkeitsstruktur von Ost- und Westdeutschen zeigen, dass die Deutschen in ihren Einstellungen und Haltungen noch immer kein einzig Volk sind. Im Gegenteil, viele Deutsche erleben den Deutschen von „drüben“ wie einen ethnisch Fremden mit allen Begleiterscheinungen der Abgrenzung, Feindbildentstehung, Projektion, Stigmatisierung, Feindseligkeit usw., sobald im Verhalten des Deutschen von „drüben“ eine andere Gesellschafts-Charakterorientierung zum Ausdruck kommt.

Fragen wir abschließend, welche Chancen unter gesellschafts-charakterologischen Gesichtspunkten eine deutsch-deutsche Verständigung hat. Folgende **Gesichtspunkte** möchte ich erwähnen:

- Jeder Umgang mit dem Fremden setzt voraus, dass **der Fremde bzw. das, was in der Kommunikation befremdlich ist, bewusst gemacht wird**, um mit ihm umgehen zu können. Der Alltag in der deutsch-deutschen Verständigung sieht meist anders aus. Das Fremde wird bagatellisiert, rationalisiert, verdrängt und verleugnet. Es ist die erklärte Absicht der bundesdeutschen Politiker und der meisten Medien, die Schwierigkeiten der deutsch-deutschen Verständigung zu leugnen und jeden zu ignorieren, der auf das Trennende hinweist. Eben weil auch die Politik marketing-orientiert ist und sich als erfolgreich verkaufen muss, muss alles ignoriert werden, was diesem Image nicht entspricht.
- Solange das Trennende nicht gefühlt und geäußert werden kann und darf, muss es abgewehrt, das heißt - psychologisch gesehen - verdrängt und verleugnet werden. Das Verdrängte und Verleugnete lebt aber in der Verschiebung, in der Verkehrung ins Gegenteil und in der Projektion fort, wie die Beispiele aus dem deutsch-deutschen Alltag gezeigt haben. Wird das Fremde und Trennende abge-



- wehrt, müssen **neue Feindbilder** aufgebaut werden und wird die Mauer in den Herzen verstärkt.
- Um sich des Fremden im deutsch-deutschen Umgang bewusst zu werden, bedarf es der **Bewusstwerdung der eigenen Gesellschafts-Charakterorientierung** mit ihren Wertsetzungen und Teilstrebungen. Nur wer versteht, aus welcher leidenschaftlichen Grundstrebung sein eigenes Verhalten, sein Welt- und Selbstbild und seine Ideale sich definiert, hat einen Zugang zum Fremden.
 - Nicht minder wichtig ist aber auch das **Kennen lernen anderer Gesellschafts-Charakterorientierungen**. Die Frommsche Typologien eignen sich besonders, die Logik einer anderen Grundorientierung zu verstehen und nachfühlen zu können. Für alle, die an der Lehreruntersuchung teilgenommen haben, war das Kennen lernen der eigenen und anderer Charakterorientierungen bei der Auswertung der Interviews von großer verändernder Kraft.
 - So wichtig das Bewusstwerden und intellektuelle Verstehen dessen ist, was einen beim Verhalten des anderen befremdet, entscheidend für das Verständnis ist das **In-Berührung-Kommen** mit und das **Sich-Einfühlenkönnen** in das, was den anderen antreibt und ihn unerwartet, fremd und befremdend verhalten lässt. Dies bedeutet nicht, dass man die gleichen Charakterzüge bei sich spüren muss.
 - Wer die eigene mehr oder weniger nicht-produktive Charakterorientierung in Erfahrung bringt, muss nicht mehr so viel von dem eigenen Ungeliebten auf andere projizieren. Zugleich wird er auch fähiger, **das Fremde und Andere des Anderen besser respektieren** und vielleicht sogar akzeptieren und suchen zu können. Es ist aber auch schon viel erreicht, wenn man den anderen einfach anders sein lassen kann.
 - Freilich kommt noch keine intensive Verständigung in Gang, solange man nur den anderen anders sein lassen kann. Verständigen kann man sich nur, wenn es **gemeinsame Anliegen, Bedürfnisse, Ängste, Ideale, Sorgen, Interessen, Ziele und Überzeugungen** gibt. Solche Gemeinsamkeiten zu formulieren und zu erleben ist nicht nur die Methode jeder Paartherapie sondern auch der beste Weg zu mehr deutsch-deutscher Verständigung.

Unter gesellschafts-charakterologischer Perspektive gibt es ein Gemeinsames, das die Verständigung besonders fördert und potenziert: die gemeinsame Konzentration auf Aspekte der produktiven Charakterorientierung. Dies kann in der Aufdeckung der Entfremdung und im Kampf gegen die nicht-produktiven Charakterorientierungen geschehen; ihre verbindende Kraft entfaltet sie freilich erst in der **Praxis der produktiven Orientierung**, also im Tun der vernünftigen Bezogenheit auf die Wirklichkeit und im liebenden Umgang miteinander. Das Fremde löst zum Glück ja nicht nur Angst, Abwehr und Feindseligkeit aus. Je mehr produktive Anteile in einer Charakterorientierung zur Entdeckung gebracht und praktiziert werden, desto attraktiver wird das Fremde, so dass es auch gesucht und geliebt wird.