

Eine für alle?

Wie die Donau(-strategie) die Kooperation zwischen EU-Ländern, Nachbarstaaten und Zivilgesellschaft in Fluss bringen soll und ob sie das kann



Dieser Artikel ist erschienen in **PROJEKT EUROPA** 2010/11, Jahrespublikation des Studienkollegs zu Berlin
Herausgeber: Studienkolleg zu Berlin | Jägerstr.22/23 | 10117 Berlin | www.studienkolleg-zu-berlin.de
Rektorin: Professor Dr.-Ing. Ina Bl. Dr. h. c. Dagmar Schipanski
Leiterin der Geschäftsstelle: Susanne Stephani
Gestaltung: Manja Hellpap | www.o-yami.de
Redaktion und Fotografien: Stipendistinnen und Stipendiaten des Studienkollegs zu Berlin 2009/10
und 2010/11 sowie Alumni entsprechend der Angaben in den Artikeln
ISBN 978-3-00-035946-8

danube
connects

Auf der Suche nach dem Donaauraum



Morgendämmerung an der Donau in Wien

Als wir unser Projekt in Angriff nahmen, hatten wir eigentlich vor zu beobachten, was die Donau transportiert: An Geschichte(n), Kultur(en), Gütern, Menschen. Ingsheim nahmen wir wohl an, sie schaffe einen Raum.

Im Zuge der ersten Recherchen stießen wir dann auf die Strategie der Europäischen Union für den Donaauraum (kurz Donaustrategie). Wir hatten also als Projektthema einen Raum gewählt und waren mitten in eine Zeit geraten, in der an der Prägung dieses Raums gearbeitet wurde.

Nach und nach dämmerte uns allerdings: In zweierlei Hinsicht beschäftigten wir uns mit etwas, das es nicht gibt. Natürlich gibt es die Donau, sprich eine Menge Wasser mit Brücken, Schiffen und Fischen. Aber einen Donaauraum? »Räume«, so stellten wir fest, sind immer menschliche Konstrukte, um kompliziertere Realitäten zu klassifizieren – und die Frage nach den Argumenten, Raumgrenzen ausgerechnet anhand eines Flusses zu definieren, entwickelte sich zu einer Leitfrage unseres Projektes. Dazu kam: Auch die Strategie gab bzw. gibt es noch gar nicht, denn sie wurde erst im April 2011 von den EU-Staaten ratifiziert und ist zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht in Kraft getreten. Dass wir den Erfolg der Strategie evaluieren würden, stand folglich nicht in Aussicht. Eher drängten sich die Fragen auf: Wie soll die Strategie eigentlich funktionieren, und warum und wozu gibt es sie?

Das »Wie«, also die Funktionsweise, steht zunächst auf dem Papier (*s. nächste Seite*). Mit all den praktischen Problemen, für die die Donaustrategie zuständig erklärt wurde, beschäftigen sich aber eigentlich schon eigene Organisationen, wie z. B. die Internationale Kommission zum Schutz der Donau (Ökologie) oder die Donaukommission (Schifffahrt). Interessant ist also die Frage nach dem »Warum«: Denn es ist sehr fraglich, inwieweit der hydrogeographische Donaauraum, welcher der Donaustrategie zu Grunde liegt, auch ein kultureller, wirtschaftlicher oder wissenschaftlicher Raum ist. Wer identifiziert sich damit, warum sollten ausgerechnet die Menschen in den Donauländern auch auf kultureller und politischer Ebene enger zusammenarbeiten? Im Laufe des Jahres begegneten uns immer mehr Menschen, die die Existenz eines Donaoraums sehr selbstbewusst behaupteten. Persönlichkeiten aus der Politik und der akademischen Welt vertraten die These, dass die Donauidentität schon immer existiert habe, aber durch die Trennung des Raums durch den Eisernen Vorhang unterdrückt worden sei; dass der Raum eine eigene Geschichte habe, die ihn von anderen Teilen Europas unterscheidet.



Die Strategie der Europäischen Union für den Donaauraum

Die Strategie der Europäischen Union für den Donaauraum ist eine Initiative der Europäischen Kommission für die Donau-Makroregion, in der die 14 Länder des gesamten Einzugsgebietes der Donau in den Bereichen Ökologie, Wirtschaft, Sicherheit, Tourismus, Bildung und Kultur in einem organisierten Rahmen zusammenarbeiten können. Die Projekte der Strategie orientieren sich an den vier Hauptsäulen Infrastruktur, Umwelt, Wohlstand und Stärkung des Raumes und werden jeweils von mehreren Donauländern koordiniert. Für die Strategie gilt das Dreimal-Nein-Prinzip: Das heißt, dass keine neuen Gelder bereitgestellt werden, keine neuen Institutionen ins Leben gerufen werden und keine neuen Gesetze für die Strategie verabschiedet werden.

Es stimmt: es existiert da eine Geschichte, die viele Donauanrainer teilen: Ihre Basis bilden hauptsächlich die Trümmer der Habsburger Donau-Monarchie. Die Monarchie hat damals viele Völker Europas miteinander verbunden und in einer bestimmten Form in eine Einheit gebettet. Diese Donaumonarchie zeigt ihre Wirkung immer noch (z. B. lernen in ehemaligen Monarchie-Ländern die meisten Schüler Deutsch, mit der Slowakei und Ungarn an der Spitze). Aber es scheint übertrieben, die Rolle dieser Monarchie in einer Strategie des 21. Jahrhunderts wiederfinden zu wollen. Und doch gibt es viele, die die Auswirkungen der Monarchie als starken Einfluss in der Region einschätzen und diese als wirkende Kraft im mittleren Teil Europas betrachten. Dass es eine gemeinsame Geschichte der ehemaligen Monarchie-Länder gibt, steht außer Frage. Aber nur weil die Strategie für Österreich und Ungarn (inklusive aller Auslandsungarn in Kroatien, Rumänien, Serbien, Slowakei, Slowenien und der Ukraine) ein Stück von der historischen Gemeinschaft widerspiegelt (nur ohne die damals ziemlich problematischen Bereiche wie Sprachgesetz oder wirtschaftliche Unterdrückung) kann diese Erinnerung nicht Grundlage für eine gemeinsame Identität aller Menschen im Donaauraum bilden. Abgesehen davon ist die Erinnerung an die Monarchie auch gar nicht für alle Länder positiv, es gibt nämlich einige, für die der Zusammensturz des



Großstaates den ersten Schritt für die Unabhängigkeit bedeutete (z. B. Tschechien, die Slowakei). Noch dazu gibt es aber auch Länder, die zur Österreichisch-Ungarischen Monarchie kaum Bezug haben (z. B. Bulgarien). Im Gegenteil, gerade dort gibt es konkurrierende bzw. überlappende Geschichtsräume: Das Osmanische wie auch das Römische Reich sind in Teilen des Donaoraums immer noch präsent. Dazu kommt, dass es auch im poetischen Sinne kein gemeinsames Donau-narrativ gibt. Während im deutschen Sprachraum schon im Nibelungenlied der große Gegensatz zwischen Rhein und Donau beschworen wird, haben die rumänischen Volkssagen über Wassergeister aus der Donau damit nichts zu tun.

Wenn es also schon keine allgemeingültige Donauidentität gibt, so bleibt ja immer noch die Schöpfung einer neuen als möglicher Weg, die »Donaumenschen« emotional ins Leben zu rufen. Aber kann/darf man eine Identität einfach so konstruieren?

Ob nun der Donaauraum ein Raum sein sollte – dazu hatten wir unterschiedliche Positionen, manche von uns hatten auch gar

keine. So entschieden wir, auf unserer Reise entlang der Donau Menschen (Nicht-Experten-Interviewpartner, meist Studenten) zu ihrer Meinung dazu zu befragen. Zunächst erzählten wir ihnen gar nicht, worum es uns mit unserem Projekt ging. Wir wollten herausfinden, ob sie von alleine an die Donau dachten. Sie sollten uns erzählen, wo sie sich zu Hause fühlen und in welchen Räumen sie sich bewegen. Die Antworten waren sehr unterschiedlich: Manche nannten einzelne Häuser und Straßen, andere Städte, wieder andere Länder oder den Kontinent Europa – manche fühlten sich eher in sozialen Räumen zu Hause (etwa Musiker oder Sportler). Die Donau als Element eines Lebensraumes nannten von sich aus nur zwei unserer 20 Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartner. Ganz deutlich war damit das Ergebnis, dass der Donaunarrativ kein selbstverständliches Konzept ist. Allein der Begriff »Raum« war schon oft schwierig zu definieren für unsere Interviewpartner.



Das Donaunarrativ in Ruse — Die bulgarische Stadt Ruse ist die einzige auf unserer Reise entlang der Donau, deren Geschichte von den Bewohnern ganz eng mit der Donau verknüpft wird: Die Bewohner verstehen sich und ihre Stadt als das Tor zum Westen für Bulgarien: Die Moderne erreichte Bulgarien über die Donau. Ruse hat aus geostrategischen Gründen schon in der Zeit des Römischen Reichs an Bedeutung gewonnen. Später war Ruse über die Donau eng mit anderen großen europäischen Städten – wie zum Beispiel Wien – verbunden. In Ruse gab es Bulgariens erstes Museum, erste Bank, erstes Kino, ersten Bahnhof. Ruse war aber nicht nur Tor für die Fremden in das Land, es war auch für Bulgarien eine Tor für Europa, für die ganze Welt. Heute, im Zeitalter von Flugzeugen und Internet, hat sich Ruses Bedeutung verschoben, aber das Narrativ blieb bisher erhalten.



Lavinia, Gymnasiastin in Turnu Magurele (Rumänien), übernimmt eine Verantwortungsrolle in der Jugendorganisation »Danube-Black Sea YOUTH Network«

Wenn wir aber über die Idee eines Donauraumes und die Donaustrategie sprachen, fanden alle ausnahmslos die Idee sehr schön und haben dann angefangen, Geschichten zu erzählen (darüber, dass die Donau ja alle Anrainer verbinde; in Ruse erläuterten sie uns ihr Donaunarrativ, s. unten; auch die Donaunomarchie kam immer wieder vor, etc.).

Doch sobald wir nach Gemeinsamkeiten der Menschen im Raum fragten, hielten viele unserer Partner ihre Nationalidentität vor, betonten, dass sie sich auf Grund ihrer Nation, zu der zu gehören sie stolz wären, von anderen Donauanrainern unterscheiden.



Die Marke »Donau«

Irgendwie fanden wir da also eine Identität, die es gar nicht gab. Einerseits gibt es die ganzen Erzählungen, die eigentlich gut eine Identität bilden könnten, die Menschen glauben zudem gerne an diese Erzählungen, erzählen sie weiter und träumen davon. Aber trotzdem wird die Donauidentität als Gefahr für die – dann doch allerwichtigste – Nationalidentität empfunden, und sofort fielen Argumente, die die Donauländer voneinander unterschieden. Dieses Hin und Her hat aus unserer Sicht die Annahmen der Identitätsforschung, die Identität als »strategische Positionierung« begreifen, bestätigt: »Ich bin Donaumensch, wenn es sich anbietet und ich davon profitiere.«

Interessant ist, dass die Donaustrategie den Begriff »Donauraum« recht inhaltsleer lässt. Aber dadurch, dass sie immer wieder das Vorhandensein eines Donauraums postuliert, setzt sie eben diesen Positionierungsprozess in Gang, in dessen Rahmen die Menschen von selbst über ihren Bezug zur Donau nachdenken. Aus ihren romantischen Vorstellungen von der Vergangenheit und visionären Ideen für die Zukunft soll sich schließlich der Begriff »Donauraum« mit Inhalt füllen.

Übrigens wird die Existenz des Donauraums nicht nur in die Donauländer hinein-kommuniziert, sondern auch nach außen hin angepriesen. Ganz im Sinne des Nation Brandings: Nation Branding ist der Versuch, einem Land – ähnlich wie einer Handelsmarke – ein gutes Image zu verschaffen. Das Image soll Vertrauen schaffen und bekannt machen; es soll Touristen und Investoren anziehen. Da auch ein ausreichender Anteil der jeweiligen Bevölkerung die Brand verkörpern muss (»Live the Brand!«), damit diese glaubwürdig ist, und weil die Brand schon bestehenden, meist diffusen Ideen, die über bestimmte Länder bestehen, nicht widersprechen sollte, knüpft das Nation Branding an bereits existente Bilder an. Die Donau also als Marke?

Tatsächlich ist diese Art der Werbung für die meisten Donauländer wahrscheinlich von Vorteil: Mit Ausnahme von Deutschland sind alle Donauländer so klein, dass ein erfolgreiches Marketing schwierig für sie ist. Bei einigen sind die existierenden Bilder eher negativ konnotiert und vorurteilsbelastet. Die Donau, besungen in Liedern und gepriesen in Gedichten, Erholungsraum und Teil spektakulärer Naturschönheiten am Eisernen Tor und im Delta – außerdem noch der Fluss, der weltweit durch die meisten Länder

Ethnische Spannungen im Donaauraum — Die ethnischen Spannungen im Donaauraum schreiben durch die Ereignisse der letzten Jahrzehnte schon eine eigene Geschichte. Angefangen bei den serbischen Massakern in Bosnien über die Roma-Frage bis zu den verschiedenen nationalen Minderheiten, wie etwa der ungarischen, die im Konflikt mit der Mehrheitsgesellschaft stehen. Die ethnische Vielfalt in dem Raum ist auf zwei Großstaaten – die österreichisch-ungarische Monarchie und Jugoslawien – zurückzuführen. In beiden Ländern sind durch natürliche und künstliche Migration bunte, mehrsprachige Regionen entstanden, die sich bis heute noch nicht oder nicht ganz aufgelöst haben, auch wenn die Grenzen schon lange gezogen wurden. Die Donaustrategie befasst sich nicht direkt mit den ethnischen Spannungen, aber vielleicht ist sie ein Mittel sie zu mildern, da es durch die alltägliche Kooperation zu der Verbesserung der Beziehungen kommen kann.

fließt! – den Donauanrainern ist da schon einiges eingefallen, um die Donau als eine gute Marke zu beschreiben. Aber wollen wir wirklich so denken?

Und was passiert eigentlich mit den Ländern der Region, die zufällig nicht in den hydrogeographischen Donaauraum fallen? Was ist mit Polen, mit Albanien, Mazedonien und Griechenland? Während Polen und Griechenland groß genug und so bekannt sind, dass sie den Donaauraum wahrscheinlich nicht benötigen, haben wir uns durchaus gefragt, ob Albanien und Mazedonien sich vielleicht ausgeschlossen fühlen. Aber dann haben wir erfahren, dass die nächste makroregionale Strategie schon in den Startlöchern steht: Die Alpen-Adria-Region.

Dass das eben beschriebene Branding, die »Marke Donau«, tatsächlich ein wichtiger Grund dafür war, die Donaustrategie aus der Taufe zu heben, haben wir lange nicht verstanden. Viele praktische Argumente wurden für ihre Wichtigkeit genannt. So viele waren es und so unterschiedlicher Art waren sie, dass wir nun mit Gewissheit sagen können: »Jedes Problem kann zum Grund für die Donaustrategie werden!«



Die EU-isierung der Donau

Die Donaustrategie ermöglicht außerdem – entgegen aller Erwartungen, die mensch gegenüber einer makroregionalen Strategie so haben könnte – nicht unbedingt eine gleichberechtigte Zusammenarbeit der Beteiligten: Sie ist eine Strategie der Europäischen Union. Die Richtlinien und die konkreten Zielsetzungen werden von den EU-Mitgliedern bestimmt (und alle 27 EU-Mitglieder müssen ihr zustimmen), während die Länder, die in der Region »nur« Beitrittskandidaten sind (Kroatien, Serbien) oder die zurzeit keine Beitrittsperspektive haben (z. B. die Ukraine, Moldawien), keine Stimmrechte haben. Sie können sich (nur oder eben immerhin) an den Projekten beteiligen. Was entsteht, ist eine Form der Kooperation auf Basis von EU-Richtlinien – auch außerhalb der Grenzen der Union. Die EU kann also via Regulierung Macht ausüben, indem sie in politischen und wirtschaftlichen Bereichen aktiv mitwirkt. Im Kern passiert durch die Projekte also eine Form der Europäisierung oder EU-isierung.

Das Trilemma der Donaustrategie



Natürlich müssen sich unsere europäischen Nachbarn durch die Strategie nicht unter EU-Herrschaft begeben. Wer teilnimmt, erhofft sich einen Gewinn durch die Strategie. Neben so allgemeinen Zielen wie »wirtschaftliche Entwicklung« oder »bessere Zusammenarbeit« geht es gerade den neuen und den zukünftigen EU-Mitgliedern darum, die Strategie als Lernplattform zu nutzen. In diesem Lernprozess sollen die erfahreneren EU-Länder (neben Deutschland und Österreich sind das vor allem Ungarn und Tschechien) durch die Zusammenarbeit den südöstlichen Ländern zeigen, wie man in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur und Umwelt »europäisch« handeln soll(te): »Learning by doing«.

Hier entsteht ein schwerwiegendes Problem zwischen den unterschiedlichen Zielen der Strategie. Wir haben bisher die offizielle Version (Zusammenarbeit), die »inoffizielle« (EU-Regeln außerhalb der EU) und Branding genannt. Deren Zusammenwirken scheint kaum möglich (vgl. oben abgebildetes Schema).

Und warum wird die Donaustrategie eigentlich so schlecht an die Menschen kommuniziert? Wenn das Ziel die »Zusammenarbeit« im Raum ist – allem voran in den Bereichen Politik, Gesellschaft, Sicherheit – warum berichtet man dann immerzu von ökologischen Projekten und Brücken? Letztendlich ist es Aufgabe der Bewohner des Raums, diese Zusammenarbeit zu verwirklichen, und darum wäre es vonnöten, wenn allen diese »Wende« bewusst wäre. Die Strategie als politisches Projekt sollte man auch zügig kommunizieren können; insbesondere in diesem Raum, in dem politische Spannungen dem Leben der zahlreichen Minderheiten geschadet haben (s. linke Seite). Nur wenn das wichtigste Ziel die Brand ist, kann man es nicht kommunizieren. Wenn das Konstrukt als Konstrukt präsentiert wird, kann es die meisten Menschen wohl kaum überzeugen.

In a nutshell

»Der Raum« ist also enorm heterogen: er hat nicht eine Kultur, nicht eine Wirklichkeit, nicht eine Geschichte. Essentielle Gründe dafür, all die Länder und Menschen nun unter »Donau« zu subsumieren, haben wir nicht gefunden. Das einzige Muster, das uns östlich von Wien mit erschreckender Regelmäßigkeit begegnete, war die Hoffnungslosigkeit der jungen Menschen, mit denen wir ins Gespräch kamen. Die letzte Frage, die wir unseren Interviewpartnern in den verschiedenen Donaustädten gestellt haben war, was sie sich für ihr Land erhofften. Erhofft haben sie viel, aber erwartet ... zu wenig. Ob eine europäische Perspektive die Hoffnungslosigkeit heilen kann? Der Verlust der Hoffnung ist die schwierigste Krankheit einer Gesellschaft; so betrachtet sind alle Versuche ein Schritt nach vorne. Aber ob eine Donau-Identität da der richtige Weg ist? Oder kann die Donaustrategie einen Nutzen erwirken, der das Bemühen um die Proklamation der Existenz dieses Raumes



Die Donau bei Szödliget/Ungarn.

erklärt? Die offiziellen Ziele überzeugten uns nur zum Teil, am ehesten konnten wir in der Strategie die Idee »Weiterentwicklung der Europäischen Union« erkennen.

Erstens durch die Förderung von Eigeninitiative und Verantwortung in der Region. Denn im geographischen Mittelpunkt des Donauraums liegt der Osten Europas, und mit dieser Strategie stehen die östlichen EU-Mitglieder in der Verantwortung; außerdem sind Projektideen aus der Zivilgesellschaft ausdrücklich erwünscht. Das kann ein Empowerment der neuen Mitgliedsstaaten als auch der zivilgesellschaftlichen Akteure bedeuten. Die Eigenverantwortung in der Region ist aber begrenzt durch, zweitens: den Umstand, dass die Zusammenarbeit der Länder und Zivilgesellschaften unter EU-Aufsicht bzw. nach EU-Spielregeln passieren soll. Die Donaustrategie ist demnach eine Form von Europäisierung oder auch EU-isierung unabhängig vom Beitrittsstatus der Länder – ein Aufbrechen der »Festung Europa« mit Hilfe der großen Metapher »Donau«.



Serbischer Reisepass von Kornél Kovács, von unserer Reise gezeichnet. Als EU-Bürger bekommt man auf dieser Reise keinen einzigen Stempel.

So wird ein Zielkonflikt erkennbar: Zwischen den großen strategisch-politischen Zielen, die ein Commitment auf hoher politischer Ebene erfordern würden, und dem praktischen Ziel der Entwicklung durch lokale Kooperation: denn für letzteres ist der Donauraum eigentlich zu groß, und es ist gut möglich, dass sich eine »Kerndonau« oder mehrere Donaubabschnitte herausbilden und die Makroregion sich subregionalisiert. Das wiederum liefe dem großen Ziel der Donau-Europäischen Integration zuwider. Solange aber bei den Akteuren Unklarheit über die eigentliche Zielsetzung herrscht, können beide Ziele nur schwer erreicht werden.

U
D
Y
H
A
B

Adriana Guerenabarrena Spanien
Kornél Kovács Ungarn / Serbien
Marie-Theres von Schickfus Deutschland
Klara Sucher Deutschland

