

Janz, Oliver; Sala, Roberto (Hrsg.): *Dolce Vita? Das Bild der italienischen Migranten in Deutschland*. Frankfurt am Main: Campus Verlag 2011. ISBN: 978-3-593-39482-4; 299 S.

Rezensiert von: Philippa Söldenwagner, Historisches Seminar, Technische Universität Braunschweig

Dem Titel zufolge beschäftigt sich der Sammelband mit dem „Bild der italienischen Migranten in Deutschland“. Tatsächlich widmet sich nur der zweite Teil des Buches explizit diesem Thema, während in den beiden anderen Teilen Wandel und Kontinuitäten in den deutschen Vorstellungen über Italien sowie die Selbstbilder verschiedener Gruppen von Italienern in Deutschland im Mittelpunkt stehen. Beim Lesen wird deutlich, dass der thematisch weite Ansatz sinnvoll ist, da die bemerkenswerte „Karriere, die das Bild der Italiener in der Geschichte der Bundesrepublik durchlaufen hat“ (S. 7), nicht ohne die Veränderungen in der Wahrnehmung des Herkunftslandes und die zum Teil strategisch eingesetzten Selbstdeutungen der Italiener in Deutschland zu verstehen ist.

Durch den Band zieht sich die Frage, welche Faktoren dazu beigetragen haben, dass sich das Bild der Italiener in der Bundesrepublik von einem eher negativen zu einem heute überwiegend positiven gewandelt hat. Dies habe weniger mit der realen Lebenssituation der Migrantinnen und Migranten zu tun, so die zentrale These, sondern vielmehr mit der „Aufwertung“ Italiens als Industrienation und EG- bzw. EU-Mitglied sowie der gleichzeitigen kulturellen Entwicklung in Westdeutschland, bei der ein von Genuss geprägter Lebensstil zum erstrebenswerten Ziel avancierte.

Obwohl die 15 Beiträge aus verschiedenen Disziplinen stammen und eine zeitliche Spanne vom späten 18. Jahrhundert bis heute umfassen, wirkt der Sammelband insgesamt kohärent. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass die Autorinnen und Autoren aufeinander Bezug nehmen. Die prägnante Einleitung sowie die theoretischen Vorüberlegungen Roberto Salas und Patrick Wöhrles über die Rollen des „Fremden“ in der Gesellschaft runden den Eindruck einer durchdachten Herausgabe

berschaft ab.

Einige Beiträge sind im Hinblick auf Fragestellung und These besonders aufschlussreich und werden daher im Folgenden näher vorgestellt. Im ersten Teil über das Bild des Herkunftslandes ist der Aufsatz von Patrick Bernhard zu nennen. Ihm zufolge setzte der eigentliche Run auf italienische Produkte und Restaurants nicht schon in der Nachkriegszeit ein, sondern erst in den 1970er-Jahren, und war eng mit einem grundlegenden Wertewandel in der Bundesrepublik und anderen westlichen Gesellschaften verbunden. Eine zunehmende Zahl von Single-Haushalten und die vermehrte Berufstätigkeit der Frauen steigerten die Nachfrage nach Fertigprodukten wie Pizza und Pasta, während höhere Einkommen und ein genussreicherer Lebensstil dazu führten, dass nun vermehrt italienische Lokale aufgesucht wurden, da man Italien mit dem „süßen Leben“ verband. Bernhard kommt damit zu anderen Ergebnissen als jüngst Till Manning, der die „Italienisierung“ Westdeutschlands schon früher ansetzt und die gängige Annahme bestätigt, dieser Trend stehe in engem Zusammenhang mit den Arbeitsmigranten und dem Italien-Tourismus der 1950er- und 1960er-Jahre.¹

Im mit sechs Beiträgen umfangreichsten zweiten Teil über das Bild der Migranten zeigt Olga Sparschuh anhand eines Vergleichs zwischen München und Turin, dass der transnationale Kontext der Arbeitswanderung von Italien nach Deutschland für die Wahrnehmung der Arbeitsmigranten durch die Mehrheitsgesellschaft nicht ausschlaggebend war. In München und Turin herrschten während der Hochphase der Arbeitsmigration die gleichen negativen Stereotypen gegenüber den Zugezogenen aus dem Süden Italiens vor. Sie wurden in beiden Städten als ethnisch unterlegen, kriminell und ungebildet gesehen. Sparschuh kommt zu dem Schluss, dass es sich eigentlich um soziale Vorbehalte gegenüber den aus ärmlichen Gegenden stammenden Arbeitsmigranten handelte, die aber in Verkleidung nationaler respektive regionaler Zuschreibungen dahergekommen seien.

¹ Till Manning, *Die Italiengeneration. Stilbildung durch Massentourismus in den 1950er und 1960er Jahren*, Göttingen 2011 (rezensiert von Daniella Seidl, 1.12.2011: <<http://hsokult.geschichte.hu-berlin.de/rezensionen/2011-4-159>> [16.2.2012]).

Wie Patrick Bernhard beschäftigt sich auch Maren Möhring mit der Wahrnehmung der italienischen Gastronomie in der Bundesrepublik. Sie konzentriert sich vor allem auf die Rolle der Gastronomen. Durch ihre „ethnic performance“ (S. 161) hätten sie die Erwartungen ihrer deutschen Gäste bedient und somit entscheidend zur Popularisierung Italiens beigetragen. Dazu gehörten bestimmte Verhaltensweisen, wie zum Beispiel das Flirten des Oberkellners mit den weiblichen Gästen, die in anderen Zusammenhängen nicht geduldet worden wären. Möhring stimmt Bernhard zu, dass die gängige Vorstellung, die meisten Gastronomen seien ehemalige „Gastarbeiter“ gewesen, nicht der Realität entspricht. Tatsächlich bestand das Gros der italienischen Gastronomen aus erfahrenen Kleinunternehmern, die nach der „Gastarbeiter“-Welle in die Bundesrepublik kamen. Allerdings gibt die Autorin zu bedenken, dass es durchaus einige „Gastarbeiter“ gab, die sich selbstständig machten. Der Mythos vom gesellschaftlichen Aufstieg habe auf lange Sicht zur Aufwertung der italienischen Arbeitsmigranten in der Wahrnehmung der Deutschen beigetragen.

Einen Mythos anderer Art nimmt Hedwig Richter in den Blick. Am Beispiel der Forschung und Berichterstattung über die bei Volkswagen in Wolfsburg beschäftigten italienischen Arbeitsmigranten führt sie an, dass die „Gastarbeiter“ im gegenwärtigen öffentlichen Diskurs als Opfer stilisiert würden. Der „Opfermythos“ (S. 199) habe jedoch wenig mit der historischen Situation der Arbeitsmigranten zu tun. Richter spürt der Entwicklung des „Opfer-Plots“ (S. 200) in Wissenschaft und Presse seit den 1970er-Jahren nach und demontiert einige seiner wichtigsten Annahmen.² Besonders die selten befragten Rückwanderer würden ein Bild von der Bundesrepublik und ihrem Leben dort zeichnen, das ausgesprochen positiv sei und sie nicht als Opfer, sondern als Gewinner des Arbeitsmigrationsprozesses erscheinen lasse.

Im dritten Teil über die Selbstbilder der Italiener stechen zwei Beiträge hervor. Zum einen ist dies der Aufsatz von Rosaria Chirico: Die auf persönlichen Erfahrungen beruhende Analyse verschiedener Aspekte der Identitätsfindung italienischer „Gastarbeiter-

kinder“ bietet eine Innenperspektive bezüglich der Fragen nach der Verbundenheit zum Ursprungs- oder Residenzland und der Bedeutung der regionalen gegenüber der nationalen Herkunft. Besonders interessant sind die Ausführungen der Autorin zur Bedeutung des „Rückkehr-Mythos“ (S. 250; wieder ein Mythos!) für die zweite Generation. So sei der vielfach unerfüllte Rückkehrwunsch der Eltern auf die Kinder übertragen worden und habe mitunter in starkem Widerspruch zum „gleichzeitig an die Kinder gerichteten Auftrag nach sozialem Aufstieg“ gestanden (S. 253).

Sonia Galster wendet sich den italienischen Gewerbetreibenden zu, die heutzutage in Deutschland tätig sind. Am Beispiel einer Gruppe italienischer Unternehmen in Frankfurt am Main, die bewusst auf ihre Herkunft anspielen, versucht sie zu klären, auf welche Weise diese vom Bild Italiens bzw. der Italiener profitieren. Sie stellt zunächst einmal fest, dass die italienischen (Klein-)Unternehmen zwar der „ethnischen Ökonomie“ zuzurechnen seien, sich aber in wesentlichen Punkten von den „klassischen Deutungsmustern des *Ethnic Business*“ unterschieden (S. 264). Ihre Zielgruppe seien nicht die eigenen Landsleute, sondern die in der Regel gehobene deutsche Kundschaft. Außerdem hätten für das Geschäft weder familiäre Bindungen noch die Beziehungen zum Herkunftsort eine herausragende Bedeutung. Stattdessen basiere der Erfolg der italienischen ethnischen Ökonomie vorrangig auf den symbolischen Werten, die die Kunden mit Italien verbinden und die von den Unternehmern „mitverkauft“ würden. So profitierten sie von den Bedürfnissen der postmodernen Konsumgesellschaft und trügen durch ihre Sichtbarkeit zum positiven Bild der Italiener in Deutschland bei.

Die Erforschung der „Gastarbeiter“ ist immer noch stark von sozial- und politikgeschichtlichen Ansätzen geprägt. Kulturhistorische Perspektiven, die sich mit Wahrnehmungsweisen des „Fremden“ und ihrer konkreten Wirkmacht beschäftigen, werden für das Themenfeld der Arbeitsmigration weni-

² Siehe auch Hedwig Richter / Ralf Richter, Der Opfer-Plot. Probleme und neue Felder der Arbeitsmigrationsforschung, in: Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte 57 (2009), S. 61-97.

ger häufig eingenommen³ – was erstaunt, weil die Erforschung von Fremd- und Selbstdeutungen ja durchaus Konjunktur hat. Mit seinen vielfältigen Beiträgen stellt der Band eine Bereicherung für die Geschichte der italienischen Einwanderung nach Deutschland dar und ermutigt zu neuen (besonders konsumgeschichtlichen) Forschungsansätzen in Bezug auf andere Migrantengruppen sowie auf die Bundesrepublik als Einwanderungsgesellschaft.

HistLit 2012-1-132 / Philippa Söldenwagner über Janz, Oliver; Sala, Roberto (Hrsg.): *Dolce Vita? Das Bild der italienischen Migranten in Deutschland*. Frankfurt am Main 2011, in: H-Soz-u-Kult 24.02.2012.

³Siehe als wichtige Monographie für den hier interessierenden Zusammenhang aber Yvonne Rieker, „Ein Stück Heimat findet man ja immer“. Die italienische Einwanderung in die Bundesrepublik, Essen 2003 (rezensiert von Susanne Peters-Schildgen, 2.2.2004: <<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/rezensionen/2004-1-058>> [16.2.2012]); zur wechselseitigen Wahrnehmung von Italienern und Deutschen generell u.a. Jens Petersen, Italianisierung Deutschlands? „Germanizzazione dell’Italia“? Das Bild des Anderen in der jeweiligen Selbstrezeption, in: Gian E. Rusconi / Hans Woller (Hrsg.), *Parallele Geschichte? Italien und Deutschland 1945–2000*, Berlin 2006, S. 55-69.