



Die deutschen Begriffe „Weltschmerz“ und „Waldsterben“ wurden hier einmal mit eingängigen Schildersymbolen dargestellt. Sie gehören zu jenen deutschen Begriffen, die auch in anderen Sprachen ihre Spuren hinterlassen haben. Fotos: Identity Foundation

Typisch deutsche Eigenarten

Düsseldorfer Design-Studenten machen sich kreative Gedanken zum Thema Identität

Von Andreas Thiemann

DÜSSELDORF.

Anlässlich des 60. Geburtstages der Bundesrepublik Deutschland haben Design-Studenten der Fachhochschule Düsseldorf den kreativen Versuch unternommen, die Identität der Deutschen einmal visuell zu erfassen. Das ehrgeizige Projekt wurde von der gemeinnützigen Identity-Foundation (Düsseldorf) initiiert und getragen.

„Deutsche Identität denken“ und danach grafisch umsetzen: Das war die Herausforderung für die Düsseldorfer Nachwuchs-Kreativen. Das Ergebnis ist nun in einem (nicht käuflichen) Bildband zusammengefasst worden, dessen erstes Exemplar Bundespräsident Horst Köhler bekommen hat.

Geschichte, Zeichen, Fragen, Werte, Debatten und Typisches sind einige der Begriffe, die die Studenten bildlich

umgesetzt haben. Dabei zeigte sich (wissenschaftlich flankiert durch eine Repräsentativbefragung, deren Ergebnisse Ende Februar veröffentlicht werden sollen), dass sich die Identität der Deutschen nicht so sehr in großen Symbolen, sondern vielmehr in so genannten Lebensmustern, quasi in kleinen Alltagseinheiten, immer wieder neu spiegelt

und vielfach bricht. Heimat und Treue, Sicherheit, Klage, Erfindergeist und anderes wurden hier stellvertretend benannt und visualisiert.

Die Identity-Foundation wurde 1998 von Margret und Paul J. Kohtes (Public-Relations-Agentur Kohtes Klewes) ins Leben gerufen. Ihre Zielsetzung ist es, die wissenschaftliche und künstlerische

Erforschung des Komplexes Identität im interdisziplinären und internationalen Austausch zu fördern. Soziologen, Psychologen, Philosophen, Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaftler, Theologen und Künstler sind die vorrangigen Ansprechpartner dieses Prozesses, der auch das Identitätsverständnis verschiedener Kulturräume untersuchen soll.

Das Geburtstagsprojekt „D-Sign - Deutsche Identität denken“ hat durch grafische Mittel den Beweis angetreten, dass „mit einigen wenigen Begriffen das Profil eines ganzen Volkes kurz und knapp umrissen werden“ kann. Das jedenfalls hatten sich die Düsseldorfer Studenten vorgenommen, und das Resultat liefert zumindest eine ganze Menge Gesprächsstoff. Man darf nun auf die Veröffentlichung und Auswertung der Umfrage gespannt sein, die von der Universität Hohenheim und der Gesellschaft für Konsumgüterforschung (GfK) realisiert worden ist.



Zum Stichwort „Deutsche Fragen“ wurde Dürers Hase in Bezug zum Dauerthema „Geschwindigkeitsbegrenzung“ gesetzt.