

# 1. DAS HISTORISCHE TÜRKENBILD IN DEUTSCHLAND

„Dass die Türken uns fremd sind im Sinne von nicht bekannt, ist ein Trugschluß, der nur unter Ausschluß der Geschichte aufrechterhalten werden kann, einer Geschichte, die nicht nur ‚real‘ Geschehenes umfaßt, sondern auch den Prozess der sich wandelnden Wahrnehmung vom Fremden und Eigenem, je nach gesellschaftlichen Konstellationen und Interessenslagen.“ (Schöning-Kalender, 1987: 123)

Auf den ersten Blick mag es nicht einsichtig erscheinen, wieso in einer Arbeit über die Selbstbilder türkischer Männer der ersten Generation als Sohn, Ehemann, Vater und Großvater ein Kapitel zum historischen Türkenbild der Deutschen notwendig ist. Behandelt die hier vorgestellte Arbeit doch ein Thema aus dem Hier und Jetzt. Die angeworbenen Türken/innen waren 1961 jedoch nicht in einen luftleeren Raum gekommen. Der Beginn der Arbeitsmigration war keineswegs ein Neuanfang der deutsch-türkischen Kontakte. In Deutschland herrschten kollektive Bilder von „den Türken“ vor, mit denen die Migranten/innen konfrontiert wurden. Dass solche Bilder existierten und heute noch anzutreffen sind, wird gerade von Wissenschaftlern/innen mit einem türkischen Hintergrund immer wieder unisono betont. Dabei wird auch herausgearbeitet, dass diese vorherrschenden Vorstellungen nicht ohne Wirkung auf das Selbstverständnis und die Selbstdefinition der in Deutschland lebenden Türken/innen bleiben.<sup>1</sup>

Um welche Bilder genau es sich handelt und vor allem was deren historischer Hintergrund ist, ist weniger bekannt. Bereits in meiner Diplomarbeit habe ich die Entstehung der Türkenbilder in Deutschland eingehend analysiert und hergeleitet (vgl. Spohn, 1992). Die Resonanz, die ich auf meine Arbeit erhalten habe<sup>2</sup>, zeigte mir, dass es sich hierbei um ein vergessenes Kapitel deutsch-türkischer Beziehungen handelt, das gleichwohl, wenn bekannt, ein hohes Interesse weckt. Die interviewten türkischen Männer dieser Studie berichteten immer wieder von Bildern und Vorur-

---

1 Vergleich dazu die Debatte zwischen Bozkurt Güvenc, Agah Oktay Güner, Yüksel Pazarkaya, Fikret Adanır in dem Tagungsband der Körberstiftung: Was ist ein Deutscher? Was ist ein Türke? (1998).

2 Die Arbeit wurde 1993 in Deutschland veröffentlicht und 1996 auch ins Türkische übersetzt. Die Reaktionen auf zahlreiche Vorträge und die Bitte um entsprechende Artikel, auch noch nach nunmehr fast 10 Jahren, zeigen das große Interesse an diesem Thema.

teilen, mit denen sie in Deutschland konfrontiert wurden und mit denen sie sich auseinandersetzen mussten. Dieses Kapitel soll daher einen kurzen historischen Einblick in die Entstehung solcher kollektiver Vorstellungen geben.

Diese Bilder und Vorstellungen, die bis heute nachgewiesen werden können, waren entstanden durch jahrhundertelange Kontakte zwischen Deutschland und der Türkei bzw. dem Osmanischen Reich. Das Osmanische Reich war als das „Land der Türken“ bekannt, unabhängig davon, dass sich die türkische Identität erst nach der Gründung der Türkischen Republik entwickelt hat, und dass das Osmanische Reich ein Vielvölkerstaat gewesen war (vgl. Güvenç, 1998: 72). Die Vorstellungen über Türken sind tief im kollektiven Gedächtnis verankert und nicht nur in Deutschland, sondern in vielen europäischen<sup>3</sup> (und mit den Auswanderern auch in nicht-europäischen Ländern<sup>4</sup>) vorzufinden. Relikte dieser Vorstellungen findet man in vielerlei Bereichen. Erste Hinweise gibt die Sprache. Ausdrücke wie „einen Türken bauen“, „das ist doch getürkt“ oder „Kümmeltürke“ werden auch heute noch häufig benutzt, ohne dass sich der/die Sprecher/in darüber klar wäre, dass damit teilweise jahrhundertalte Bilder transportiert und aktiviert werden.<sup>5</sup>

Weitere Hinweise finden sich im kirchlichen Bereich. Bei genauerer Recherche wird man mit „Türkenmadonnen“, „Türkengebeten“, „Türkenglocken“, „Türkentaufen“ oder den Büchern Luthers zur Türkenfrage konfrontiert. Bilder über „die Türken“ wurden vom 14. bis ins 19. Jahrhundert reproduziert.

Auch die Musik kennt weltliche und geistliche Türkenlieder, deren bekanntester weltlicher Vertreter wohl die Mozart-Oper „Die Entführung aus dem Serail“ darstellt, die von Kaiser Joseph II. in Auftrag gegeben worden war, und die anlässlich des 100-jährigen Jahrestages der Belagerung von Wien durch die Türken in Wien uraufgeführt wurde (vgl. Schreiber, 1988: 441).

Einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Bilder, die von den Türken/innen in Deutschland verbreitet wurden, übten Reiseberichte aus, die meist von männlichen Schriftstellern verbreitet wurden. Über lange Zeit und vor der Einführung moderner Kommunikationsmedien waren es diese Berichte, die die Vorstellung von den Türken/innen nachhaltig beeinflussten. Diese Tradition hat sich bis in unsere Zeit erhalten, wenn man die Wirkung betrachtet, die Berichte wie „Die verkauften Bräu-

---

3 Vgl. dazu die Äußerungen von Nilgün Cerrahoğlu über ihre diesbezüglichen Erfahrungen in Italien (in Körber Stiftung: 1999: 21).

4 So berichteten türkische Emigranten/innen, die 1968 nach Australien ausgewandert waren, dass sie dort mit vorgefestigten Bildern und Vorstellungen über die Türken konfrontiert wurden, (vgl. Basarin: *The Turks in Australia*, 1993) die sich mit denen decken, die auch in Deutschland verbreitet sind.

5 Zum Hintergrund dieser Ausdrücke: vgl. Spohn, 1992.

te“ (Baumgartner-Karabak/Landesberger, 1978) oder „Wo mein Mann zu Hause ist“ (Yurttaş, 1990) bis heute, auch in der Wissenschaft, ausüben.<sup>6</sup>

Obgleich die beschriebenen Bereiche (Sprache, Religion, Musik, Literatur) sehr unterschiedlich sind, verblüfft es, wie sehr sich die dort transportierten Bilder gleichen. Die Türken<sup>7</sup> werden als kriegerisch, barbarisch, ungehobelt und aggressiv dargestellt. In neueren Arbeiten kommt die Vorstellung des „Islammacho“ (vgl. Bernard/Schlaffer, 1980) dazu, der die Frauen seines Umfeldes (Ehefrau, Mutter, Schwestern) mit einer rigiden Sexualmoral unterdrückt, sie ausbeutet und unmündig hält (vgl. Pinn/Wehner, 1995: 216ff.).

Das religiöse geprägte Türkenbild ist meiner Meinung nach ein Paradebeispiel dafür, wie bewusst Bilder über Türken konstruiert und instrumentalisiert wurden. Der Kirche war es zudem möglich, durch Gottesdienste, Wanderprediger und mittels der Autorität, die sie bei den Gläubigen besaß, nahezu flächendeckend die Menschen zu erreichen und deren Vorstellungen maßgeblich zu beeinflussen und zu gestalten. Auch wenn die historischen Umstände mittlerweile in Vergessenheit geraten sind, der Papst beispielsweise schon längst keine weltlichen Machtansprüche mehr stellt, die Trennung zwischen katholischer und protestantischer Kirche vollzogen ist, die Macht im Staat nicht mehr zwischen Adel, Kaiser und Klerus verhandelt wird, so wirken die konstruierten Feindbilder dennoch bis heute nach.

## DAS RELIGIÖS GEPRÄGTE TÜRKENBILD

Unmittelbar nach dem zweiten Weltkrieg ging ein Photo durch die Welpresse, das als Beleg für die deutsche Kriegs- und Streitlust galt (vgl. Paulinus, 1998: 11). Es drehte sich dabei weder um Zeitdokumente von den unmittelbar zurückliegenden Kriegsfronten, noch um Bilder aus den gerade befreiten Konzentrationslagern. Vielmehr handelte es sich um das Bild einer Madonna, die seit dem 17. Jahrhundert in der St. Martinskirche in Kirchsahr, einem kleinen Eifeldorf, steht. Die Rede ist von einer sogenannten „Türkenmadonna“. Maria steht auf einem Halbmond, in der rechten Hand hält sie emporgezückt ein Schwert, auf der linken Hand sitzt das Jesuskind, das wiederum in seiner rechten Hand eine Weltkugel trägt und mit der linken Hand den abgeschlagenen Kopf eines Türken an dessen Haarschopf gepackt hält. Der historische Hintergrund dieser Madonna liegt im Sieg der sogenannten

<sup>6</sup> Vgl. zu diesem Punkt auch Kapitel 2.

<sup>7</sup> Hier ist die männliche Form bewusst gewählt, da sich das Bild, das von den Türkinnen vermittelt wurde, von dem der Männer unterscheidet (vgl. Spohn, 1992: 101f.).

„Heiligen Liga“ gegen die Türken in der Seeschlacht von Lepanto am 7.10.1571. Der Sieg wurde u.a. auch der Macht des Rosenkranzgebetes zugesprochen und so verfügte die Kirche zwei Jahre nach der Seeschlacht den 7. Oktober zum Fest der Rosenkranzkönigin als Dank für die Befreiung aus der Türkegefahr (vgl. ebd.).

Vom 15. bis 17. Jahrhundert schien das Abendland von zwei Mächten in die Zange genommen und bedroht. Im Süden waren die Mauren zwar 1492 aus Spanien verbannt worden, doch die Angst vor ihnen blieb (vgl. Delumeau, 1985: 403f.). Im Osten rüttelten die Osmanen an den Pfeilern des byzantinischen Reiches. Mit der Eroberung Konstantinopels 1453 steigerte sich in Europa die Angst vor den Türken zu einem Gefühl permanenter Bedrohung (vgl. auch Ebermann, 1904), der sogenannten „Türkegefahr“<sup>8</sup>. Diese Panik vor den Türken wurde von der Kirche geschürt und verbreitet. Dabei waren es weniger religiöse Motive, die die Kurie zu solchen Schritten veranlasste. Vielmehr wurde die Angst vor den Türken instrumentalisiert, um eine alle Christen umfassende Einheit zu schaffen, um die durch Luther herbeigeführte Spaltung zu überwinden und die führende Rolle der katholischen Kirche wieder herzustellen. Der dazu einzuschlagende Weg war der Folgende:

„Den Differenzierungsprozess des Abendlandes zu ignorieren, die Fiktion einer gemeinsamen christlichen Außenpolitik gegenüber den ‚Ungläubigen‘ aufrechtzuerhalten, sich der so dringenden Türkenfrage anzunehmen, die Führung des Kampfes an sich zu reißen, in der Anknüpfung an die Kreuzzugstradition den Gedanken des Glaubenskrieges zu popularisieren, ihn durch die Kirche bis ins letzte Dorf zu tragen, jede erfolgreiche Aktion gegen die Türken maßlos zu übertreiben und propagandistisch ebenso auszuwerten wie die Niederlagen, die zu größeren Leistungen anspornen sollten.“ (Pfeffermann, 1946: 33)

Im Grundtenor waren sich die katholische Kirche und die Reformatoren einig. Ob man in den Türken den „Antichristen“ (wie die katholische Kirche) sah, der das nah rückende Weltenende ankündigte und sie damit zur Bedrohung der gesamten Christenheit hochstilisierte, oder sie als die „Zuchtrute und Geißel Gottes“ (wie Luther) bezeichnete: immer war damit die Vorstellung verknüpft, es mit brutalen, erbarmungslosen, grausamen und wilden Barbaren zu tun zu haben.

Nach der zweiten Wienbelagerung, die den Türken den Nimbus ihrer Unbesiegbarkeit nahm, ließ die Angst vor den Türken nach. An den Stereotypen und Topoi änderte sich jedoch nichts. Der Tenor änderte sich jedoch. War bis zu deren militäri-

---

8 „Der Begriff der ‚Türkegefahr‘ wird in der Forschung als *Terminus technicus* für ein mentalitätsgeschichtliches Phänomen gebraucht. Er beschreibt die Tatsache, dass die osmanische Expansion, die ja de facto nur Südosteuropa betraf, in Europa vielfach als elementare Gefährdung des *gesamten* (sic) christlichen Abendlandes [...] interpretiert wurde“ (Höfert, 1997: 50).

scher Niederlage die Angst vor den grausamen Barbaren das vorherrschende Gefühl, begann sich danach ein Gefühl der Überlegenheit zu entwickeln, was man beispielsweise in zahlreichen Spottliedern auf die Türken nachweisen kann (vgl. Buchmann, 1983; Özyurt, 1972) und sich später in der Figur des „Kranken Mannes am Bosphorus“ und der ständig neu gestellten Frage „wie europäisch ist die Türkei“ wiederfindet.

Die Türken wurden und werden bis heute als das Sinnbild der Bedrohung Europas wahrgenommen. So wählten sich sowohl die deutschen Nationalsozialisten als auch die niederländische Résistance als ein Sinnbild der Bedrohung die Türken. Die Niederländer warnten unter dem Deckmantel der „Türkengefahr“ vor den deutschen Faschisten (vgl. Schöning-Kalender, 1987: 123). Bozkurt Güvenç, Gründer der anthropologischen Abteilung der Universität Ankara, sieht eine ungebrochene Tradition der Türkenfurcht der Deutschen und der Europäer von den Zeiten des Osmanischen Reiches bis heute:

„Seit es die Osmanen gibt, haben die Europäer in ihnen eine Bedrohung gesehen und sie zum Feindbild geprägt. Diese feindlichen Gefühle setzen sich bis heute fort [...] Man könnte sagen, dass nicht nur Deutschland, sondern das ganze moderne Europa seine Identität vor dem Hintergrund einer Bedrohung durch die Türken konturiert. [...] Mit dem Schwinden der sowjetischen Gefahr kommt plötzlich die türkische Bedrohung auf die Tagesordnung, gerade so, als hätte die muslimische Türkei nun die Mission von der Sowjetunion übertragen bekommen, das ‚feindliche Andere‘ für Europa abzugeben.“ (Güvenç, 1998: 71)

Die Türkei stellte jedoch nicht nur „das feindliche Andere“ für Europa dar. Mit der Türkei wurde immer auch Exotismus, Orient und Haremsphantasien verbunden. Ob diese positiv besetzten Vorstellungen wirklich etwas an den jahrhundertealten negativen Bildern änderten, untersucht der folgende Exkurs:

#### *1. Exkurs: Gibt es ein positiv besetztes historisches Türkenbild?*

Das historische Türkenbild der Deutschen allein auf die ausführlich beschriebene Konstruktion der negativen Bilder und Stereotypen zu beschränken, wäre nicht vollständig. Es gibt in der Architektur (vgl. Koppelkamm, 1987: 164ff.), der Literatur, der Mode, der Kunst (vgl. Kopplin, 1987: 150ff.) und nicht zuletzt der Werbung genügend Hinweise auf ein auf den ersten Blick positiv besetztes Türkenbild. Nach der zweiten Wienbelagerung übte das Osmanische Reich gleichzeitig eine gewisse Attraktivität des Exotischen, des Orients aus. Diese Anziehungskraft manifestierte sich u.a. in der Kunst, durch die Darstellung türkischer (vornehmlich Harems-) Szenen, der Mode (die europäische Oberschicht ließ sich im 18. Jahrhundert gerne in türkischer Tracht porträtieren) und auch

in der Architektur.<sup>9</sup> Es handelte sich hierbei oft mehr um die Umsetzung von Vorstellungen, wie sich europäische Künstler/innen das Leben im Osmanischen Reich ausmalten, als um die Realität und blieb auf die Oberschicht beschränkt. Die Vorliebe für türkische Motive war nicht durch den Kontakt breiterer Bevölkerungsgruppen entstanden, sondern wurde von einer kleinen intellektuellen Schicht in der Oberschicht (Adel) verbreitet. Zu Beginn des 19. Jahrhunderts, als die Handelsbeziehungen zwischen dem deutschen Kaiserreich und dem Osmanischen Reich enger wurden, und die Nachfrage nach Luxusgütern (Tabak) stieg, hält „der Türke“ Einzug in die Werbung. Bis zum zweiten Weltkrieg bleibt „der Türke“ ein beliebter Werbeträger, insbesondere bei der Zigarettenproduktion. Stefan Zahlmann (1997) hat in seiner Studie über ausländische Männer in deutschen Werbeanzeigen seit der Jahrhundertwende beschrieben, welcher Art das Umfeld war, in dem Türken als Werbeträger fungierten: „Die Darstellungen des Türken zeichnen ein überaus positives Bild seiner Kultur: Sie idealisieren seine Heimat zu einer exotischen Ideallandschaft, wie man sie aus den Märchen zu kennen glaubt, belebt durch Karawanen, Beduinen und Palmen. Türkische Männer treten nicht selten als einflussreiche Potentaten auf, in prächtigen Gewändern und hoch zu Roß. Die Türkei erscheint hier als Chiffre für den Orient schlechthin. [...] Nur selten wird dieses Bild durch realistische Abbildungen des Türken ergänzt. Diese Ausnahmen zeigen ihn in der Gesellschaftskleidung der deutschen und auch übrigen mitteleuropäischen Oberschicht. Als ‚Türke‘ wird er nur identifizierbar durch ein einziges Merkmal, den Fez.“ (Zahlmann, 1997: 102)

Handelt es sich hierbei wirklich um eine tiefgehende und nachhaltige Änderung des seit Jahrhunderten tradierten negativen Türkenbildes? Die dargestellten Inhalte haben nichts mit der tatsächlichen osmanisch/türkischen Realität zu tun. Vielmehr werden eigene Vorstellungen und Projektionen auf „den Orient“ und „den Türken“ bildlich umgesetzt und befriedigen so deutsche Vorstellungen von Exotik. „Der Türke ist als Ausländer in der deutschen Anzeigenwerbung damit kein Fremdkörper im negativen Sinn. Er ist ‚anders‘, aber akzeptiert, und steht der beworbenen Oberschicht sogar näher als der deutsche Arbeiter.“ (ebd.: 105) Im Schlußsatz mit der deutschen Oberschicht und nur erkennbar durch den Fez, wird „der Türke“ quasi „einer wie wir“. Er wird nicht in seiner Fremdheit und anderen Kultur anerkannt, sondern deswegen akzeptiert, weil er den eigenen Vorstellungen so ähnlich ist.

Es hat demzufolge keine wirkliche Auseinandersetzung mit der anderen Kultur und Lebensweise „der Türken“ stattgefunden. Die durchaus positiven Türkenbilder aus so unterschiedlichen Bereichen, wie Werbung, Architektur, Kunst, Literatur, Mode etc. hatten keine so nachhaltige Wirkung wie das seit Jahrhunderten systematisch aufgebaute Feindbild. Zudem ist „positiv“ hier durchaus doppeldeutig gemeint. Die Bilder wirkten deswegen positiv, weil sie das Fremde und Unbekannte ausschlossen. Es wurde vielmehr eine „Fremdheit“ gezeigt, die vertraut war, wie die Darstellung des türkischen Zigarettenrauchers im westlichen Anzug verdeutlicht. Exotismus auf

---

9 So gibt es insbesondere eine Form der Industriearchitektur (so das Maschinenhaus in Potsdam oder die Zigarettenfabrik Yenizde in Dresden), die im türkisch-orientalischen Stil erbaut wurde (vgl. Koppelkamm, 1987: 165ff.).

der einen Seite war der Anreiz, mit dem Werbung für Produkte, für eine andere Form der Kunst, der Literatur oder der Architektur betrieben wurde. Gleichzeitig wurde das „Fremde“ jedoch so dargestellt, dass es lediglich neugierig machte, nicht aber ängstigte. Das „Fremde“ wurde in der vertrauten Umgebung dargestellt und assimiliert. Exotismus und Assimilation des „Fremden“ existierten gleichzeitig. Die dadurch tradierten Bilder hatten nur eine begrenzte zeitliche Wirkung, wohingegen die Vorstellungen über Türken, die jahrhundertlang mit Krieg, Zerstörung und Gewalt verbunden waren, bedeutend tiefer im Unterbewusstsein verankert und bis heute abrufbar sind. Die nachfolgenden Kapitel werden immer wieder auf den Zusammenhang mit diesem historisch geprägten Türkenbild hinweisen.

## **ZUSAMMENFASSUNG DES KAPITELS 1**

Das historische (negativ besetzte) Türkenbild der Deutschen, das seit der Eroberung Konstantinopels 1453 von Adel, Kaiser und vor allem dem Klerus bewusst konstruiert wurde, spielt bis heute eine Rolle im Umgang mit Menschen aus der Türkei, und auch in der Frage, ob die Türkei ein Mitglied der Europäischen Union werden kann oder nicht. Im Kontext dieser Arbeit sind es jedoch weniger diese politischen Fragen, die interessieren, als vielmehr die Wirkung dieser Bilder auf das Selbstverständnis der für diese Studie interviewten Männer. Diese Vorstellungen, die in der deutschen Gesellschaft vorherrschen, definieren den „Außenraum“, das „soziale Umfeld“<sup>10</sup>, mit dem die Migranten konfrontiert wurden und mit dessen Zuschreibungen sich die Interviewten teilweise intensiv auseinandersetzen.

Viele kollektive Bilder über die Türken finden sich auch in der wissenschaftlichen Literatur, wie das folgende Kapitel zeigen wird. Das historische Türkenbild der Deutschen äußert sich subtiler als in den Jahrhunderten zuvor, doch ist es nach wie vor im kollektiven Gedächtnis vorhanden.

---

10 Zum „sozialen Umfeld“ ausführlicher in Kapitel 5, S. 208ff.

