

Reinhild Kreis und Jan Logemann

**„Mixed Views“**

Konstruktion und Kanäle deutsch-amerikanischer Wahrnehmungen seit dem Zweiten Weltkrieg

**I. Wer sind die anderen?**

Glaubt man dem englischsprachigen Lexikoneintrag auf Wikipedia zu Stereotypen über die Deutschen, so gelten sie bei anderen als pünktlich und ordentlich, als eher humorlos und wenig talentiert für Smalltalk, als Nazis und als Erfinder des Kitschs. Die Amerikaner hingegen sind in den Augen anderer optimistisch, großzügig und arbeiten hart, werden aber Wikipedia zufolge auch als Waffennarren, als materialistisch, wenig intellektuell, arrogant und rassistisch wahrgenommen.<sup>1</sup> Es ist eine schöne Pointe, dass zumindest einer der Beiträge mit dem Warnhinweis gekennzeichnet ist: „This article has multiple issues. Please help improve it.“

Die Einträge des Online-Lexikons spiegeln das Bedürfnis nach Information und Orientierung darüber, wie die anderen so sind. In seiner verkürzten Form führt dieses Bedürfnis zu Halbwahrheiten und Verzerrungen, zu Vorstellungen also, die in der Tat *Multiple Issues* haben und der Überarbeitung bedürfen. Mit der Bezeichnung *Stereotypes* verweisen die Wikipedia-Artikel aber auch auf das Misstrauen gegenüber einseitigen, verfälschenden und vereinfachenden Zuschreibungen.<sup>2</sup>

Was diese Suche nach Orientierung und die Entstehungsbedingungen von Stereotypen angeht, unterscheiden sich Deutsche und Amerikaner kaum voneinander und auch nicht von anderen Ländern. Die Geschichte der (west)deutsch-amerikanischen Beziehungen nach 1945 hat jedoch auf spezifische Weise die gegenseitige Wahrnehmung geschärft, Wissen, Halbwissen und Vorurteile hervorgebracht. Sie mündeten sowohl in das weit verbreitete Narrativ einer Entwicklungsgeschichte von der Feindschaft zur Freundschaft wie auch in anhaltende Reflexionen über Antiamerikanismus oder *Anti-German Sentiments*. Damit einher gingen stets intensive und vielfältige Versuche, diese Bilder und Vorstellungen zu korrigieren, zu ergänzen und zu gestalten. Die dahinterstehenden Interessen und Vorstellungen eines richtigen Bilds unterschieden sich je nach zeitlichem, persönlichem oder institutionellem Zusammenhang mitunter sehr deutlich voneinander. Dass sich dabei über

<sup>1</sup> Hierzu und zum Folgenden: en.wikipedia.org/wiki/Stereotypes\_of\_Germans, und en.wikipedia.org/wiki/Stereotypes\_of\_Americans [beide 25.3.2020].

<sup>2</sup> Zur Stereotypenforschung vgl. Hans Henning Hahn/Eva Hahn, Nationale Stereotypen. Plädoyer für eine historische Stereotypenforschung, in: Hans Henning Hahn (Hrsg.), Stereotyp, Identität und Geschichte. Die Funktion von Stereotypen in gesellschaftlichen Diskursen, Frankfurt a. M. 2002, S. 17–56, und Martina Thiele, Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes, Bielefeld 2015.

die Jahrzehnte „Mixed Views“,<sup>3</sup> also gemischte und zum Teil auch widersprüchliche Bilder der jeweils anderen Gesellschaft ergaben, mag wenig überraschen. Spannender ist hingegen die Frage, wer und mit welchen Mitteln und Motiven solche Bilder und Stereotype und die gegenseitige transatlantische Wahrnehmung konstruierte und propagierte.

Vor dem Hintergrund der wirkmächtigen Erzählung von entstehender transatlantischer Freundschaft seit dem Zweiten Weltkrieg erscheint die aktuelle Situation häufig als Verschlechterung. Diese Sichtweise blendet jedoch aus, dass die Amerika- und Deutschlandbilder schon immer heterogen waren, und sie wird auch der veränderten Weltlage nur bedingt gerecht. Der Kalte Krieg als Klammer ist weggefallen, und dies hat – ebenso wie die Globalisierung – Flexibilitäten erzeugt, die sowohl mehr Freiheit als auch mehr Unsicherheit bei der Gestaltung politischer, wirtschaftlicher und kultureller Beziehungen bedeuten. Die vielen Institutionen, die der deutsch-amerikanischen Freundschaftspflege dienen und als Bildgeneratoren wirkten, entstammten meist ebenfalls den vermeintlich goldenen Jahren der transatlantischen Beziehungen während des Kalten Kriegs. Sie waren aber weniger das Ergebnis einer deutsch-amerikanischen Freundschaft, sondern sollten zunächst Voraussetzungen dafür schaffen.

Im Folgenden geht es daher nicht um eine detaillierte Darstellung transatlantischer Wahrnehmungen, Bilder und Stereotype, von denen einige auch in den anderen Beiträgen dieses *Podiums Zeitgeschichte* angesprochen wurden. Vielmehr werden Kanäle vorgestellt, über die Bilder des jeweils anderen Lands und seiner Bevölkerung in die Bundesrepublik und in die USA gelangten und dort rezipiert, anverwandelt und interpretiert wurden: erstens die mediale Berichterstattung, zweitens politische Akteure wie die Institutionen der Kulturdiplomatie oder transatlantische Protestgruppen, drittens wissenschaftliche Forschung, viertens kommerzielle Unterhaltung und Werbung und fünftens schließlich persönliche Kontakte. Diese Kanäle sind weder allumfassend noch ist ihre Abgrenzung trennscharf, und alle standen in Traditionen, die weit vor das Jahr 1945 zurückreichten. Doch sie zeigen exemplarisch zentrale Mechanismen der Bildgenerierung und -korrektur in ihrer Gleichzeitigkeit und Widersprüchlichkeit.

In der Vielfalt dieser Kanäle liegt der gemischte und widersprüchliche Charakter deutscher Amerika- beziehungsweise amerikanischer Deutschlandbilder begründet. Ihre relative Bedeutung für die gegenseitige Wahrnehmung schwankte im Laufe des Untersuchungszeitraums, und manche Kanäle waren für die eine Gesellschaft wichtiger als für die andere. Keiner der Kanäle, das sei zu Beginn unterstrichen, lieferte per se bessere oder wahrere Bilder. Vielmehr trugen alle auf ihre Weise zur gegenseitigen Aufklärung und Information, aber auch zur Mythenbildung sowie zur Konstruktion und Perpetuierung von Stereotypen bei. Eine Geschichte deutsch-amerikanischer Wahrnehmungen der Nachkriegszeit lässt sich daher nur aus ihrer Zusammenschau schreiben.

---

<sup>3</sup> So beschreibt der Wikipedia-Artikel zu „Stereotypes of Germans“ die US-amerikanische Sichtweise auf die Bundesrepublik.

## II. Mediale Berichterstattung

In der deutsch-amerikanischen Annäherung der Nachkriegszeit waren Deutsche und Amerikaner zunächst „fremde Freunde“. So betitelte Peter von Zahn, der Doyen der westdeutschen Amerikaberichterstattung, eine Sammlung seiner bekannten Radioreportagen aus der „Neuen Welt“.<sup>4</sup> Zwar waren die USA schon jahrzehntelang ein regelmäßiger und neugierig beäugter Gegenstand der medialen Berichterstattung in Deutschland, doch die Vorstellung einer Freundschaft war ungewohnt und längst nicht für alle erstrebenswert. Von Zahns Berichte stellten daher zunächst den Alltag und die Lebensweise in den USA vor, ohne politische Fragen auszusparen. Dem Atlantiker von Zahn ging es darum, Vertrautheit mit amerikanischen Denk- und Verhaltensweisen, Institutionen und Normen herzustellen. Andere Medien betonten die Attraktivität des amerikanischen Lebensstils ohne allzu viele politische Hintergedanken. Zeitschriften wie die 1956 gegründete *Bravo* setzten darauf, ihre jugendliche, von den USA faszinierte Leserschaft mit den neuesten Trends der amerikanischen Warenwelten sowie mit den Stars der Musik- und Filmindustrie bekannt zu machen.<sup>5</sup>

Demgegenüber lehnten viele konservative Intellektuelle und Gruppen wie die Abendländische Bewegung den *American Way of Life* ab, auch wenn sie häufig anerkannten, dass ein politisches Bündnis mit den USA erstrebenswert war.<sup>6</sup> Ihre Publikationen zeichneten das Bild einer unzivilisierten, kulturlosen Nation, deren Werte und Traditionen nicht mit den deutschen in Übereinstimmung zu bringen waren, die als Teil einer europäischen Kultur begriffen wurden.

Während die auch medial geführten Auseinandersetzungen um die amerikanische (Un-)Kultur im Verlauf der 1960er und 1970er Jahre an Schärfe verloren, ohne freilich zu verschwinden, blieb die tagesaktuelle Berichterstattung über die USA als Bündnispartner ein Dauerbrenner. Kontroversen wie die zwischen Atlantikern und Gaullisten um die außenpolitische Ausrichtung der Bundesrepublik, über die amerikanische Kriegführung in Vietnam, über die westdeutsche Position zu Rüstungsfragen oder um die US-amerikanische Erinnerung an den Holocaust waren bestimmt von dem spezifischen Abhängigkeitsverhältnis, in dem sich die Bundesrepublik befand – und auch von der politischen Haltung der Journalisten.<sup>7</sup> Dementsprechend changierten Fernseh-, Radio- und Presseberichte zwischen Kri-

<sup>4</sup> Vgl. Peter von Zahn, *Fremde Freunde. Bericht aus der Neuen Welt*, Hamburg 1953.

<sup>5</sup> Vgl. Kaspar Maase, *Bravo Amerika. Erkundungen zur Jugendkultur der Bundesrepublik in den fünfziger Jahren*, Hamburg 1992.

<sup>6</sup> Vgl. Vanessa Conze, *Das Europa der Deutschen. Ideen von Europa in Deutschland zwischen Reichstradition und Westorientierung (1920–1970)*, München 2005, S. 107 f. und S. 137 f.

<sup>7</sup> Vgl. Philipp Gassert, *Blick über den Atlantik. DIE ZEIT und Amerika in den sechziger Jahren*, in: Christian Haase/Axel Schildt (Hrsg.), *DIE ZEIT und die Bonner Republik. Eine meinungsbildende Wochenzeitung zwischen Wiederbewaffnung und Wiedervereinigung*, Göttingen 2008, S. 65–83; Peter Hoeres, *Außenpolitik und Öffentlichkeit. Massenmedien, Meinungsforschung und Arkanpolitik in den deutsch-amerikanischen Beziehungen von Erhard bis Brandt*, München 2013; Tim Geiger, *Atlantiker gegen Gaullisten. Außenpolitischer Konflikt und innerparteilicher Machtkampf in der CDU/CSU 1958–1969*, München 2008, und Jacob S. Eder,

tik und Zustimmung, Vertrauen und Misstrauen und beschrieben die beiden Staaten als „Musterschüler“, „Schutzmacht“, „Juniorpartner“, „großen Bruder“ oder „Imperialisten“.

Mit dem Ende des Kalten Kriegs fiel der dominierende Bezugsrahmen der deutsch-amerikanischen Beziehungen weg, nicht aber das ausgeprägte Interesse der deutschen Medien an den USA – nicht zuletzt geleitet von der Frage, inwiefern deutsche Interessen noch eine Rolle in der amerikanischen Politik spielten. Gerade in der Berichterstattung zu 9/11, zum Irakkrieg, zu Amokläufen, zur Finanzkrise von 2008 oder zur Person Barack Obamas verbanden sich Analysen des politischen Geschehens mit Vorstellungen über die typischen, positiven wie negativen Eigenschaften der Amerikaner.<sup>8</sup>

Amerikanische Medien schenken Deutschland und den Deutschen ebenfalls lange besondere Aufmerksamkeit. Als Kriegsgegner war Deutschland Gegenstand intensiver Medienberichterstattung gewesen. Die *Associated Press* (AP) unterhielt noch während der Kriegsjahre intensive Beziehungen zum Nazi-Regime, und nach Kriegsende bauten amerikanische Medien von den Wochenschaun bis zu den großen Tageszeitungen und Magazinen ihre Präsenz mit korrespondierenden Redaktionen und Büros in Deutschland weiter aus. Häufig spielten ehemalige Emigrantinnen und Emigranten wie Kurt Lachmann (*U.S. News & World Report*) eine wichtige Rolle in der frühen Nachkriegsberichterstattung. Die amerikanische Presse berichtete dabei nicht nur für ein heimisches Publikum, sondern war auch in *Reeducation*-Maßnahmen und beim Wiederaufbau eines freien Journalismus in Deutschland involviert.<sup>9</sup>

Der Übergang vom ehemaligen Kriegsgegner zum Verbündeten im Kalten Krieg beschäftigte die amerikanische Berichterstattung seit Mitte der 1940er besonders intensiv. Medienberichte über die Befreiung der Konzentrationslager in Dachau oder Buchenwald hatten eine massive Wirkung auf die amerikanische Öffentlichkeit, deren Deutschlandbild im Sommer 1945 sicherlich so negativ war wie nie zuvor. Auch in den kommenden Jahren überwog zunächst ein kritischer Tenor, etwa beim Korrespondenten der *New York Times* Drew Middleton, der über neonazistische Bewegungen und die nur unvollständige Entnazifizierung der deut-

---

Holocaust Angst. The Federal Republic of Germany and American Holocaust Memory since the 1970s, Oxford 2016.

<sup>8</sup> Vgl. Ruth Hatlapa/Andrei S. Markovits, *Obamania and Anti-Americanism as Complementary Concepts in Contemporary German Discourse*, in: *German Politics and Society* 28 (2010), S. 69–94, und Lucas Pettersson, *Changing Images of the USA in German Media Discourse During Four American Presidencies*, in: *International Journal of Cultural Studies* 14 (2011), S. 35–51.

<sup>9</sup> Vgl. Jessica C. E. Gienow-Hecht, *Transmission Impossible. American Journalism As Cultural Diplomacy in Postwar Germany, 1945–1955*, Baton Rouge 1999, und David Braden Posner, *Transatlantische Verschränkungen. Deutsch-amerikanische Medienbeziehungen in der Nachkriegszeit*, in: Detlef Junker (Hrsg.), *Die USA und Deutschland im Zeitalter des Kalten Krieges 1945–1990. Ein Handbuch*, Bd. 1: 1945–1968, Stuttgart/München 2001, S. 899–908. Zur Rolle der AP vgl. Norman Domeier, *Geheime Fotos. Die Kooperation von Associated Press und NS-Regime (1942–1945)*, in: *Zeithistorische Forschungen* 14 (2017), S. 199–230.

schen Gesellschaft schrieb. Im Kontext des sich zuspitzenden Kalten Kriegs war diese Art der Berichterstattung politisch jedoch immer weniger erwünscht, und deutschland-freundliche Stimmen in den USA kritisierten, dass die Presse anti-deutsche Stereotype gleichsam fortschreibe.<sup>10</sup>

Während die DDR in der US-Presse kaum Beachtung fand, wurde die Bundesrepublik zunehmend als verlässlicher transatlantischer Partner porträtiert. Das Magazin *Time* kürte Konrad Adenauer zum Mann des Jahres 1953. Die Berichterstattung zum wirtschaftlichen Wiederaufschwung befestigte ein eher positives Deutschlandbild gerade bei einer jüngeren Generation seit den 1960er Jahren. Amerikanische Fernsehsender zeichneten im September 1961 Talkshows vor der neu gebauten Berliner Mauer auf und trugen so zu einer medialen Welle der Sympathie mit dem geteilten Berlin bei.<sup>11</sup>

Mit dem Wandel zum Medium Fernsehen, der Gewöhnung an den Kalten Krieg und aufgrund innenpolitischer Entwicklungen sank ab Mitte der 1960er Jahre die amerikanische Medienaufmerksamkeit gegenüber Deutschland. Zwar verfolgten die Medien Themen wie die deutsche Ostpolitik, die Bündnispolitik der sozialliberalen Koalition, den Aufstieg der Grünen sowie die Frage des Umgangs mit der nationalsozialistischen Vergangenheit, kulminierend in der Kontroverse um Ronald Reagans Besuch auf dem Soldatenfriedhof in Bitburg 1985, doch weitreichende mediale Aufmerksamkeit erhielt Deutschland erst wieder im Zusammenhang mit der Wiedervereinigung 1989/90, die in der amerikanischen Presse und Öffentlichkeit sehr positiv begleitet wurde.<sup>12</sup>

Seit den 1990er Jahren stand die amerikanische Berichterstattung über Deutschland und Europa zunehmend in Konkurrenz zu anderen Teilen der Welt und litt zudem an einem generell abnehmenden Interesse an internationalen Nachrichten in den USA. Versuche der Deutschen Welle, dem durch Programmangebote in Nordamerika entgegenzusteuern, blieben wenig erfolgreich. Auch in der Berichterstattung nach 9/11 kam Deutschland zumeist nur dann in den Blick, wenn ein direkter Bezug zu amerikanischen Belangen gegeben war. Gerade in der Auseinandersetzung um den Irakkrieg wurde Deutschland in der medialen Berichterstattung zunehmend Teil jenes *Old Europe*, das sich angeblich durch „verweichlichte“ Zurückhaltung von den USA unterschied. Weder „aggressiver“ Feind noch „treuer“ Verbündeter – Deutschland schien vielen Kommentatoren nun zunehmend wenig relevant für die USA. Eine solche Nichtwahrnehmung Deutschlands hatte in den

<sup>10</sup> Vgl. Ferdinand A. Hermens, *The Danger of Stereotypes in Viewing Germany*, in: *Public Opinion Quarterly* 9 (1945), S. 418–427, und Thomas Reuther, *In Hitlers Schatten. Amerikanische Deutschlandbilder*, in: Junker (Hrsg.), *USA und Deutschland*, Bd. 1, S. 909–919.

<sup>11</sup> Vgl. Thomas Reuther, *Demokratie auf dem Prüfstand. Amerikanische Deutschlandbilder*, in: Detlef Junker (Hrsg.), *Die USA und Deutschland im Zeitalter des Kalten Krieges 1945–1990. Ein Handbuch*, Bd. 2: 1968–1990, Stuttgart/München 2001, S. 786–796.

<sup>12</sup> Vgl. Andrea Lentz, *Aspekte des Deutschlandbildes in der amerikanischen Presse während der zweiten Hälfte der sozial-liberalen Koalition 1977–1982*, Münster 1989; zur Wiedervereinigung vgl. Gerhard Probst, *Images of Germany and the Germans in American Media*, in: Lothar Bredella (Hrsg.), *Mediating a Foreign Culture. The United States and Germany*, Tübingen 1991, S. 81–92.

kleineren amerikanischen Zeitungen und im medialen *Heartland* der USA schon eine längere Tradition, denn die amerikanische Deutschlandberichterstattung der vergangenen Jahrzehnte war in mancher Hinsicht vor allem ein Elitenphänomen der Ostküstenmedien gewesen.<sup>13</sup>

### III. Politik: Kulturdiplomatie und Zivilgesellschaft

Der Ausbau kulturdiplomatischer Initiativen gehörte zum Instrumentarium der Nachkriegszeit, um die transatlantischen Beziehungen zu stärken. Während der Besatzungszeit entwickelten insbesondere die Amerikaner vielfältige Ansätze, um Informationen über die USA zu vermitteln, transatlantische Bande aufzubauen, anti-kommunistische Strömungen zu bekämpfen, vor allem aber den Westdeutschen das US-amerikanische Demokratieverständnis nahezubringen – angefangen vom politischen System über die Diskussionskultur bis zum Schulwesen und zum Journalismus. Staatlich organisierte Austauschprogramme für Fach- und Führungskräfte, Multiplikatoren, Studierende, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zählten ebenso zu den Initiativen wie Jugend- und Bildungsarbeit.<sup>14</sup> Gerade Foren wie die Atlantik-Brücke oder die Austauschprogramme sollten in beide Richtungen wirken und die transatlantische Öffentlichkeit in Kontakt mit den Denk- und Lebensweisen des jeweils anderen Lands und seiner Gesellschaft bringen. Die amerikanischen Staatsangestellten der *US-Public Diplomacy* berichteten aber auch regelmäßig an ihre Vorgesetzten in Washington über Stimmungen und Einstellungen der Bundesbürger zu den USA und zur Tagespolitik. Im Verlauf der 1950er Jahre schrumpften diese Programme, doch das kulturdiplomatische Engagement der USA in Westdeutschland blieb überdurchschnittlich hoch.

Bei allem Erfolg waren Orte wie die amerikanischen Kulturinstitute immer wieder dem Vorwurf der Propaganda ausgesetzt, insbesondere während der Besatzungszeit, aber auch in den Jahren des Vietnamkriegs und der Nachrüstungsdebatte. Den Kritikerinnen und Kritikern galten die dort vermittelten Amerikabilder als wenig glaubwürdig, und in öffentlichen Protestveranstaltungen – nicht zuletzt vor den Amerikahäusern – versuchten sie, eigene Amerikabilder zu verbreiten. Slogans wie „USA-SA-SS“ während des Vietnamkriegs oder Begriffsschöpfungen wie „atomarer Holocaust“ im Zuge der Auseinandersetzung um die Stationierung amerika-

<sup>13</sup> Vgl. Oliver Hahn/Julia Lönnendonker, Transatlantic Foreign Reporting and Foreign Correspondents After 9/11. Trends in Reporting Europe in the United States, in: *International Journal of Press/Politics* 14 (2009), S. 497–515, und Gerald Kleinfeld, Das Deutschlandbild in der regionalen amerikanischen Presse, in: Klaus Weigelt (Hrsg.), *Das Deutschland- und Amerika-bild. Beiträge zum gegenseitigen Verständnis beider Völker*, St. Augustin 1986, S. 54–60.

<sup>14</sup> Vgl. Ellen Latzin, *Lernen von Amerika? Das US-Kulturaustauschprogramm für Bayern und seine Absolventen*, Stuttgart 2005; Nina Verheyen, *Diskussionslust. Eine Kulturgeschichte des „besseren Arguments“ in Westdeutschland*, Göttingen 2010; Reinhild Kreis, *Orte für Amerika. Deutsch-Amerikanische Institute und Amerikahäuser in der Bundesrepublik seit den 1960er Jahren*, Stuttgart 2012, und Katharina Gerund/Heike Paul (Hrsg.), *Die amerikanische Reeducation-Politik nach 1945. Interdisziplinäre Perspektiven auf „America’s Germany“*, Bielefeld 2015.

nischer Mittelstreckenraketen sollten die USA als imperialistisch und kriegslüstern zeigen. Formen und Themen des amerikakritischen Protests in der Bundesrepublik stammten dabei häufig aus den USA, denn auch zwischen Protestgruppen herrschte (und herrscht bis heute) ein reger transatlantischer Austausch.<sup>15</sup> Die wenigen pro-amerikanischen Gegendemonstrationen, die auf die deutsch-amerikanische Freundschaft und die Abhängigkeit Westdeutschlands verwiesen, erfuhren zeitgenössisch und rückblickend sehr viel weniger mediale Aufmerksamkeit.<sup>16</sup>

Während die Sorge vor einer vermeintlichen deutsch-amerikanischen Entfremdung noch in den 1980er Jahren beiderseits des Atlantiks dazu führte, kulturdiplomatische Initiativen auszubauen und neue Austauschprogramme zu schaffen,<sup>17</sup> schwand nach dem Ende des Kalten Kriegs das Interesse der USA an der Finanzierung der Kulturdiplomatie. 1999 schloss die amerikanische Regierung die *United States Information Agency*, die für die weltweite Imagepolitik der USA zuständig war. In der Bundesrepublik erinnern neben den nun mit deutschen Geldern weitergeführten Amerikahäusern und Deutsch-Amerikanischen Instituten auch Bauten wie die Amerika-Gedenkbibliothek an die deutsch-amerikanische Verflechtungsgeschichte des Kalten Kriegs. Die amerikakritischen Proteste der letzten Jahre, ob im Zuge des Irakkriegs oder der Finanzkrise 2008/09, führen allerdings regelmäßig zu nostalgischen Überlegungen, wie hilfreich der einst existierende kulturdiplomatische Apparat nun sein könnte, um die deutsch-amerikanischen Beziehungen wieder zu verbessern.

Auf deutscher Seite spielten vor allem die Stiftung Inter Naciones sowie die Goethe-Institute eine wichtige Rolle bei der Vermittlung eines positiven Deutschlandbilds an amerikanische Eliten. Das Goethe-Haus in New York wurde seit den 1960er Jahren zum Zentrum eines institutionellen Netzes von Einrichtungen, die die deutsche Sprache und Kultur in den USA fördern sollten. Eine Reihe von Gremien und Organisationen wie der *American Council on Germany*, die Atlantik-Brücke oder der *German Marshall Fund of the United States* beförderten zudem die transatlantische Elitenvernetzung; das Fulbright-Programm sowie der Deutsche Akademische Austauschdienst unterstützten Deutschlandaufenthalte amerikanischer Expertinnen und Experten. Eine Herausforderung war dabei die zunehmende Ausdifferenzierung politischer Eliten in den USA seit den 1970er Jahren in zahlreichen *Think Tanks* und spezialisierten Organisationen. Hier waren es private (etwa Bosch-, Volkswagen- oder Zeit-Stiftung) sowie politische Stiftungen, denen seit den 1980er Jahren eine besondere Rolle zukam. Während die Friedrich-Ebert-Stiftung etwa den Kontakt zu amerikanischen Gewerkschaften hielt, knüpfte die Friedrich-Nauermann-Stiftung Beziehungen zu amerikanischen Wirtschaftseliten, und die Konrad-

<sup>15</sup> Vgl. Martin Klimke, *The Other Alliance. Student Protest in West Germany and the United States in the Global Sixties*, Princeton 2010.

<sup>16</sup> Vgl. Kreis, *Orte für Amerika*, S. 338–361 und S. 373–380.

<sup>17</sup> Vgl. Reinhild Kreis, *Bündnis ohne Nachwuchs? Die „Nachfolgegeneration“ und die deutsch-amerikanischen Beziehungen in den 1980er Jahren*, in: *Archiv für Sozialgeschichte* 52 (2012), S. 607–631.

Adenauer-Stiftung präsentierte sich in Washington mit Vorträgen und Konferenzen zu Themen wie Rechtsstaatlichkeit und Soziale Marktwirtschaft.<sup>18</sup>

Zivilgesellschaftliche Beziehungen gewannen ab den 1970er Jahren immer stärker an Bedeutung als transatlantische Mittler. Zum einen vernetzten sich die Neuen Sozialen Bewegungen, wobei transatlantisch sozialisierte Figuren wie Petra Kelly die Aufmerksamkeit auf die westdeutsche Umwelt- und Friedensbewegung lenkten. Zum anderen spielte der Kontakt mit jüdisch-amerikanischen Organisationen eine immer wichtigere Rolle. Das wachsende Interesse am Holocaust in den USA galt in der Bundesrepublik als potenzielle Gefahr für die transatlantische Partnerschaft. Kooperationen mit dem *American Jewish Committee* sollten dem ebenso entgegenwirken wie eine geschichtspolitische Offensive, die nicht zuletzt zur Gründung des Deutschen Historischen Instituts in Washington führte. In den letzten Jahrzehnten hingegen beschäftigte sich die deutsche Kulturdiplomatie in den USA eher mit dem schwindenden Interesse der amerikanischen Eliten an Deutschland – auch wenn eine offizielle Werbekampagne konstatiert, Deutschland und Amerika seien „wunderbar together“.<sup>19</sup>

#### IV. Wissenschaft: Universitäten und außeruniversitäre Forschung

Was lohnte es, über die USA beziehungsweise über Deutschland zu wissen? In Deutschland war zwar das Interesse an den USA vor 1945 groß, doch wissenschaftliche Forschung zur Neuen Welt an deutschen Universitäten fand kaum statt. 1930 war in Berlin die erste – außerordentliche – Professur für Literatur- und Kulturgeschichte Nordamerikas eingerichtet worden, wobei Lehrstuhlinhaber Friedrich Schöнемann das Fach vor allem als nützliche Feindwissenschaft interpretierte. Von den zögerlichen Anfängen in der Weimarer Republik bis in die Nachkriegszeit blieben amerikakundliche Lehrveranstaltungen selten und waren meist in der Anglistik angesiedelt.<sup>20</sup>

Nach 1945 versuchten die USA, neben der literaturwissenschaftlichen Amerikanistik auch *American Studies* zu etablieren, die sich mit der Geschichte, Politik, Ge-

<sup>18</sup> Vgl. Karl-Heinz Füssl, *Deutsch-amerikanischer Kulturaustausch im 20. Jahrhundert. Bildung – Wissenschaft – Politik*, Frankfurt a. M./New York 2004, S. 240–249; Felix Philipp Lutz, *Transatlantische Netzwerke. Eliten in den deutsch-amerikanischen Beziehungen*, in: Junker (Hrsg.), *USA und Deutschland*, Bd. 2, S. 665–674; Ann L. Phillips, *Transatlantische Brücken. Die deutschen politischen Stiftungen in den USA*, in: Ebenda, S. 675–686, und Anne Zetsche, *The Quest for Atlanticism. German-American Elite Networking, the Atlantik-Brücke and the American Council on Germany, 1952–1974*, Diss., Northumbria 2016.

<sup>19</sup> Vgl. Steven Milder, *Thinking Globally, Acting (Trans-)Locally. Petra Kelly and the Transnational Roots of West German Green Politics*, in: *Central European History* 43 (2010), S. 301–326; Eder, *Holocaust Angst*; Anne C. Schenderlein, *Germany on their Minds. German Jewish Refugees in the United States and their Relationships with Germany, 1938–1988*, New York 2018. Zu „wunderbar together“ vgl. [www.germany.info/us-en/welcome/deutschlandjahr](http://www.germany.info/us-en/welcome/deutschlandjahr) [20.4.2020].

<sup>20</sup> Vgl. Gisela Strunz, *American Studies oder Amerikanistik? Die deutsche Amerikawissenschaft und die Hoffnung auf Erneuerung der Hochschulen und der politischen Kultur nach 1945*, Opladen 1999, S. 162–165.

sellschaft und Kultur der USA beschäftigten. Als Demokratiewissenschaft sollten sie, wie auch die Politikwissenschaft, zur Verankerung demokratischer Denk- und Verhaltensweisen in Westdeutschland beitragen. Darüber hinaus war den USA daran gelegen, die dünnelhaften Vorbehalte der Deutschen (und aller europäischen Gesellschaften) gegenüber der amerikanischen Kultur und dem amerikanischen Englisch abzubauen. Die universitäre Auseinandersetzung mit amerikanischer Literatur, Musik und Malerei sollte zeigen, dass die USA auch auf diesem Gebiet Wertvolles zu leisten vermochten. Viele der (Wieder-)Begründer der westdeutschen Amerikastudien und der Politikwissenschaft waren Remigranten, die während des Exils in den USA gelebt hatten. Aus den USA stammte darüber hinaus das theoretische und methodische Handwerkszeug, und auch thematische Schwerpunkte orientierten sich oft an US-amerikanischen Vorbildern. Insbesondere die Politikwissenschaft verstand sich zunächst dezidiert als Demokratiewissenschaft und erarbeitete fundiertes Wissen zu den demokratischen Institutionen der USA.<sup>21</sup>

Beide Fächer, Politikwissenschaft und Amerikakunde, mussten um ihre Anerkennung an den westdeutschen Universitäten kämpfen. Grundsätzlich aber wuchsen mit der amerikanischen Präsenz in der Bundesrepublik und deren Abhängigkeit von den USA im Kalten Krieg sowohl das Interesse als auch die Notwendigkeit einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den USA. Ein Sprachrohr und gemeinsames Dach der westdeutschen Amerikaforschung bildet seit 1953 die Deutsche Gesellschaft für Amerikastudien mit ihren Tagungen und Publikationen. Anwendungsbezogene, wirtschafts- und politikorientierte Forschung zu den USA fand hingegen auch in *Think Tanks* wie der Forschungsstelle der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik (gegründet 1955) oder der Stiftung Wissenschaft und Politik (1962) statt.

Die USA maßen der Deutschlandforschung bereits während des Zweiten Weltkriegs immense politische und strategische Bedeutung zu. Germanisten boten Sprachkurse für Militärs und Politikwissenschaftler an, Ökonomen und Historiker stellten ihre Expertise zu Deutschland in den Dienst des amerikanischen Staats. Dabei spielten aus Europa geflüchtete Intellektuelle eine herausragende Rolle. So waren in der Zentraleuropaabteilung des *Office of Strategic Services*, dem Vorläufer der *Central Intelligence Agency*, unter anderem die emigrierten Historiker Felix Gilbert und Hajo Holborn sowie Franz Neumann und Herbert Marcuse aus dem Umfeld des ehemaligen Frankfurter Instituts für Sozialforschung beschäftigt. Die Studien und Lageberichte der Emigranten trugen entscheidend zur amerikanischen Wahrnehmung Deutschlands im frühen Kalten Krieg bei.<sup>22</sup>

Besonders die Erforschung der deutschen Geschichte blühte in den Nachkriegsjahrzehnten in den USA auf. Dabei betonten gerade emigrierte Historiker wie Holborn, Gilbert und Gerhard Masur sowie später Fritz Stern, George Mosse

<sup>21</sup> Vgl. Michael Dreyer/Markus Kaim/Markus Lang (Hrsg.), *Amerikaforschung in Deutschland. Themen und Institutionen der Politikwissenschaft nach 1945*, Stuttgart 2004.

<sup>22</sup> Vgl. Tim B. Müller, *Krieger und Gelehrte. Herbert Marcuse und die Denksysteme im Kalten Krieg*, Hamburg 2012, und Udi Greenberg, *Weimarer Erfahrungen. Deutsche Emigranten in Amerika und die transatlantische Nachkriegsordnung*, Göttingen 2020 (i. E.).

oder Peter Gay in ihren Arbeiten einerseits die Zugehörigkeit Deutschlands zu Europa und einer gemeinsamen transatlantischen beziehungsweise westlichen Zivilisation. Andererseits fragten sie aber auch nach den Eigenheiten der deutschen Entwicklung und nach Erklärungsansätzen für einen deutschen „Sonderweg“. Gerade zur Erforschung des Nationalsozialismus und des Holocaust hat der amerikanische Blick auf Deutschland entscheidende Beiträge geliefert.<sup>23</sup>

Seit den 1970er Jahren erfuhr die amerikanische Deutschlandforschung eine Reihe institutioneller Stützen. Die Max-Kade-Stiftung hatte die *German Studies* schon seit den 1940er Jahren vielfältig gefördert. Darüber hinaus entstanden verschiedene Exzellenzcluster wie das *Center for European Studies* an der *Harvard University* (unterstützt durch die VolkswagenStiftung), das *Center for German and European Studies* in Georgetown oder der politikwissenschaftliche *Think Tank* in Washington D.C. – das *American Institute for Contemporary German Studies*. Die Gründung des Deutschen Historischen Instituts in Washington förderte zudem den transatlantischen Austausch in den Geschichtswissenschaften. Schließlich etablierte sich die 1976 gegründete *German Studies Association* als eine übergreifende Organisation mit jährlichen Treffen und einem eigenen Publikationsorgan, die eine breite, interdisziplinäre Deutschlandforschung in den USA förderte. Obgleich die Nachfrage nach *German Studies* bei amerikanischen Studierenden seit Jahren sinkt, gibt es in den USA nach wie vor eine umfangreiche und differenzierte Forschung zur deutschen Gesellschaft und Geschichte in ihren transatlantischen und globalen Bezügen.<sup>24</sup>

## V. Unterhaltung: Kommerziell vermittelte Bilder

Im Alltag war es die bunte Welt der Unterhaltungsindustrie und der Werbung, die Bilder des jeweils anderen Lands evozierte. In der Bundesrepublik teilte die wachsende Präsenz US-amerikanischer Waren, Musik und Filme die Gesellschaft in zwei Lager: Ältere und gebildete Bürgerinnen und Bürger hielten oft nicht viel von Jeans, Elvis, Rock'n'Roll und James Dean, während viele Jugendliche amerikanische Stars, Moden und Filme äußerst attraktiv fanden.<sup>25</sup> Auch die westdeutsche Unterhaltungsindustrie orientierte sich teilweise an den amerikanischen Vorbildern. So inszenierte der erfolgreiche Film „Die Halbstarke“ Horst Buchholz als

<sup>23</sup> Vgl. Hartmut Lehman/James J. Sheehan, *An Interrupted Past. German-Speaking Refugee Historians in the United States after 1933*, Washington 1991; Merel Leeman, *The Transatlantic Reconstruction of „Western“ Culture. George Mosse, Peter Gay, and the Development of the German Tradition of „Geistesgeschichte“*, in: Jan Logemann/Mary Nolan (Hrsg.), *More Atlantic Crossings? European Voices in the Postwar Atlantic Community*, Washington 2014, S. 139–159.

<sup>24</sup> Vgl. Sara Lennox/Gerhard L. Weinberg, *Forty Years of the GSA, 1976–2016*, in: *German Studies Review* 39 (2016), S. 449–469, und Celia Applegate, *The Project of German Studies. Disciplinary Strategies and Intellectual Practices*, in: Ebenda, S. 471–492.

<sup>25</sup> Vgl. Detlef Siegfried, *Time Is on My Side. Konsum und Politik in der westdeutschen Jugendkultur der 60er Jahre*, Göttingen 2006, S. 110 und S. 324–330, sowie Uta G. Poiger, *Jazz, Rock, and Rebels. Cold War Politics and American Culture in a Divided Germany*, Berkeley 2000.

deutschen James Dean (manche Medien nannten auch Marlon Brando), während der Schlagersänger Peter Kraus als der „deutsche Elvis“ galt. Der Erfolg amerikanischer Unterhaltungskultur und Moden, oft als Unkultur oder geistlose Massenkultur verunglimpft, löste Befürchtungen vor einer Amerikanisierung der Bundesrepublik aus.

Besonders populär waren amerikanische Western, von denen während der 1950er und 1960er Jahre Hunderte in den westdeutschen Kinos liefen und ein breites Publikum anzogen. Die großen amerikanischen Epen verhandelten Themen wie Patriotismus, Männlichkeit, (gebrochenes) Heldentum oder Weiblichkeit und somit Fragen, die auf ganz andere Weise als in den USA auch in der Bundesrepublik der Nachkriegsjahre virulent waren. So dienten die Western nicht nur der Unterhaltung, sondern auch der Verhandlung von Identitätsfragen einer verunsicherten Gesellschaft.<sup>26</sup>

Der Alltag des modernen Amerika war über Hollywood-Filme dauerpräsent und zeigte den Westdeutschen, wie Amerikanerinnen und Amerikaner (angeblich) lebten und arbeiteten, was sie besaßen, wie sie ihre Beziehungen gestalteten und wovon sie träumten. Über das Fernsehen zogen diese Bilder in den kommenden Jahrzehnten auch in die westdeutschen Wohnzimmer ein, angefangen von Ben Cartwright und seinen Söhnen (*Bonanza*), der Familie Tanner (*Alf*) über das *A-Team* und den *Denver-Clan* bis zu *Beverly Hills 90210* und *Baywatch*. Diese inszenierten Bilder des amerikanischen Alltags trugen mitunter sogar dazu bei, Sitten und Gebräuche zu verändern, etwa bei der Gestaltung von Hochzeiten nach amerikanischem Vorbild – einschließlich des Brautvaters, der die Braut zum Altar führte.

Auch große Konzerne präsentierten ihre Produkte teilweise als typisch amerikanisch, beispielsweise Coca-Cola oder McDonalds. Wie die amerikanischen Stars aus Hollywood und der Musikbranche polarisierten sie und riefen bei den einen Abscheu und Ängste vor einem Verfall der Ernährungskultur hervor, bei anderen hingegen Begeisterung. Heutzutage, da sich die Essenskultur ausdifferenziert hat und viele Deutsche die USA durch Reisen oder berufliche Aufenthalte kennen, werden viele Produkte in den Supermärkten explizit als amerikanisch beworben und dargeboten. Erdnussbutter, Cookies, Sandwich-Toast, BBQ-Soße und Hot Dogs tragen, auch wenn es sich gar nicht um amerikanische Marken handelt, das Wort *American* im Schriftzug und sind mit der US-Flagge bedruckt. In einer zunehmend internationalisierten Ernährungskultur signalisieren diese Produkte ihre Zugehörigkeit zu einer als typisch vermarkteten Länderküche, der viele Deutsche ganz selbstverständlich zusprechen.

Auch die amerikanische Öffentlichkeit rezipierte Deutschlandbilder wohl vor allem durch kommerzielle Unterhaltungsmedien in Film und Funk. Besonders prominent waren Deutschland und die Deutschen in Kriegs- und Spionagefilmen wie in der Kalte-Kriegs-Komödie *One, Two, Three* (1961) des Emigranten Billy Wil-

<sup>26</sup> Vgl. Jonas Wegerer, *Der nahe Fremde. Der amerikanische Western in den Kinos der Bundesrepublik Deutschland (1948–1960)*, Stuttgart 2011.

der. Hollywoods Kriegsfilm setzten sich dabei in den 1950er Jahren zunächst stärker mit Japan als mit Deutschland als Gegner auseinander. Mit Rücksicht auf die neuen transatlantischen Verbündeten wurden Deutsche tendenziell als gute Soldaten, vielfach mit Nähe zum Widerstand portraitiert. Besonders populär war die Comedy-Serie *Hogans Heroes* (1966–1971), die das Leben in einem Kriegsgefangenenlager parodierte. Der leichtgläubige Kommandant Klink (dargestellt von Werner Klemperer, der mit seiner Familie 1935 geflohen war) und sein tumber, aber liebeswerter Feldwebel Schulz (gespielt vom österreichischen Emigranten John Banner) wurden mit ihren deutschen Akzenten für viele Amerikaner zur fiktiven Verkörperung des Deutschen schlechthin. Ab den späten 1970er Jahren setzte sich Hollywood zunehmend ernsthaft mit der NS-Zeit und mit dem Holocaust auseinander, etwa in der TV-Serie *Holocaust* (1978) oder dem Oscar-prämierten Film *Schindler's List* (1993). Doch lässt sich die Dualität vom „guten Deutschen“ und vom „bösen Nazi“ in den meisten amerikanischen Film- und Fernsehdarstellungen der vergangenen Jahrzehnte weiterhin finden.<sup>27</sup>

Die deutsche Populärkultur der Nachkriegsjahrzehnte wurde in den USA hingegen nur in wenigen Ausnahmefällen beachtet. Trotz des Erfolgs vieler deutscher Schauspieler in Hollywood fanden nur wenige deutsche Filmproduktionen wie *Das Boot* (1981) oder *Das Leben der Anderen* (2005) ihren Weg in amerikanische Kinos. Auch deutsche Popmusik fand in den USA bis auf wenige Ausnahmen, etwa die Neue Deutsche Welle mit Nena und Falco, nur selten Anklang. Generell blieb die Rezeption deutscher (wie allgemein ausländischer) Kultur in den Vereinigten Staaten eher ein Phänomen von Kulturreliten, die etwa klassische Musik deutscher Provenienz nach wie vor stark nachfragen. Gleiches gilt für die Literatur. Während der am Massenmarkt orientierte amerikanische Buchladen eine umfangreiche Auswahl populärer Titel zum Zweiten Weltkrieg oder zur Geschichte des Nationalsozialismus bereithält, sind Klassiker oder aktuelle Titel der deutschen Literatur in der Regel selten oder gar nicht zu finden.

Für ein breiteres Publikum wurden amerikanische Deutschlandbilder durch die Werbe- und Public Relations (PR)-Tätigkeit deutscher Firmen mitgeprägt. Schon seit 1949 gab es von deutscher Seite Initiativen, das Image *Made in Germany* zu rehabilitieren. Dazu zählten auch die Versuche großer Unternehmen, sich in der öffentlichen Wahrnehmung von ihren Kriegs- und NS-Verstrickungen zu distanzieren. So engagierte das Chemieunternehmen Bayer den jüdisch-amerikanischen PR-Berater Julius Klein, um sich von der Altlast der I. G. Farben zu befreien.

Besonders Konsumgüterhersteller warben ab den 1960er Jahren offensiv um amerikanische Kunden. Volkswagen etwa gelang es mit kreativen Anzeigen, das Stereotyp des effizienten und soliden Deutschen humorvoll auf den VW-Käfer umzumünzen. Während sich manche Marken ab den 1970er Jahren zunehmend als

<sup>27</sup> Vgl. Jeanine Basinger, *The World War II Combat Film. Anatomy of a Genre*, New York 1986; Reuther, *Demokratie auf dem Prüfstand*, in: Junker (Hrsg.), *USA und Deutschland*, Bd. 2, und Frank Bösch, *Film, NS-Vergangenheit und Geschichtswissenschaft*. Von „Holocaust“ zu „Der Untergang“, in: *VfZ* 55 (2007), S. 1–32.

global vermarkteten und ihre nationale Herkunft herunterspielten, setzten andere gezielt auf Deutschland als reputierliche *Nation Brand*. Viele amerikanische Konsumenten verbinden bis heute *German Engineering* mit Qualitätsarbeit in verschiedensten Bereichen des täglichen Lebens von Automobilen über Kettensägen bis hin zur Küchenausstattung.<sup>28</sup>

## VI. Alltag: Persönliche Kontakte und Erfahrungen

Im alltäglichen Austausch schließlich wurden deutsch-amerikanische Wahrnehmungen besonders durch Reisen und Austauschprogramme, durch den Schulunterricht und nicht zuletzt durch die Präsenz US-amerikanischer Soldaten in Deutschland geprägt. Die militärische Präsenz der US-Streitkräfte stand ganz am Anfang der persönlichen Begegnungen zwischen Deutschen und Amerikanern nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs. Gerade in Deutschland wird in vielen Erinnerungen von Zeitzeuginnen und Zeitzeugen eine Mischung aus Angst und Neugierde sichtbar, mit denen die wohlgenährten, gut ausgestatteten und lockeren GIs betrachtet wurden.

Das deutsch-amerikanische Verhältnis vor Ort war ambivalent: Dankbarkeit für die materielle Unterstützung durch US-Soldaten stand neben Verbitterung über die Beschlagnahme von Wohnraum; Bewunderung für die gute Ausstattung der GIs mischte sich mit Neid; gemeinsame Sportveranstaltungen und Festivitäten schlossen Verachtung für die amerikanische Kultur nicht aus; freundliche Zeitungsartikel über die neuen Stadtbewohner verbanden sich mit rassistischen Untertönen gegenüber afro-amerikanischen Militärangehörigen. Und während die Stationierung amerikanischer Truppen schnell zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor für die jeweilige Region wurde, waren zugleich Klagen über Schäden und Belästigungen durch Manöver weit verbreitet.<sup>29</sup> Besonders heikel waren Beziehungen zwischen amerikanischen Soldaten und deutschen „Fräuleins“. Wurden Frauen, die sich mit Amerikanern einließen, vor allem während der Besatzungsjahre schnell als „Ami-Flittchen“ gebrandmarkt, stellten deutsch-amerikanische Ehen vielerorts das Gros der binationalen Eheschließungen dar.<sup>30</sup> Bei allen Schwierigkeiten überwog jedoch das gegenseitige Wohlwollen. Ohnehin wich das enge Zusammenleben der ersten Jahre bald einem Nebeneinander von Deutschen und Amerikanern, da diese zunehmend in eigenen Wohnvierteln mit wenig(er) Kontakt zur einheimischen Bevölkerung lebten. Die Auflösung etlicher US-Militärstützpunkte nach dem Ende des

<sup>28</sup> Vgl. Corinna Ludwig, *Amerikanische Herausforderungen. Deutsche Großunternehmen in den USA nach dem Zweiten Weltkrieg*, Frankfurt a. M. 2016.

<sup>29</sup> Exemplarisch wird diese Ambivalenz am Beispiel Augsburgs deutlich; vgl. Reinhild Kreis, *Miteinander und nebeneinander. Die Augsburger Bevölkerung und die amerikanische Militärpräsenz 1945–1970*, in: Philipp Gassert u. a. (Hrsg.), *Augsburg und Amerika. Aneignungen und globale Verflechtungen in einer Stadt*, Augsburg 2013, S. 207–224.

<sup>30</sup> Vgl. Maria Höhn, *GIs and Fräuleins. The German-American Encounter in 1950s West Germany*, Chapel Hill/London 2002.

Kalten Kriegs wurde vielerorts zum Anlass, die hohe Präsenz der Amerikaner lokalgeschichtlich zu dokumentieren.

Zu einem massenhaften touristischen Ziel wurden die USA erst seit den 1970er Jahren, und auch als Gastland für Schüleraustauschprogramme sind die USA seit dieser Zeit äußerst beliebt.<sup>31</sup> Durch Austauschprogramme im Rahmen der *Reeducation* reisten aber bereits in den 1950er Jahren viele Tausend Westdeutsche in die USA und lernten dort Land, Leute, und, so die Hoffnung, eine lebendige Demokratie kennen. Tatsächlich hinterließen die USA-Reisen bei vielen Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen tiefen Eindruck.<sup>32</sup> Eigene Anschauung förderte mitunter jedoch auch den kritischen Blick auf die USA: Einige der jugendlichen USA-Reisenden zählten später zu den prominentesten Kritikern des Vietnamkriegs, bezichtigten die USA des Imperialismus oder verübten wie Gudrun Ensslin als Mitglieder der Rote Armee-Fraktion Anschläge auf amerikanische Einrichtungen in der Bundesrepublik.<sup>33</sup>

Auch in den USA erinnern sich viele amerikanische Soldaten trotz mancher Konflikte gerne an die Zeit ihrer Stationierung in Deutschland. Gerade afro-amerikanische GIs aus dem Süden erlebten die Bundesrepublik vielfach als eine vergleichsweise offene Gesellschaft. Die Zahl amerikanischer Touristen in Deutschland nahm ebenfalls stark zu. An Orten wie Heidelberg oder Neuschwanstein suchten (und fanden) Reisende aus den USA eine romantische Version Deutschlands, an der die deutsche Tourismuswerbung schon seit der Zwischenkriegszeit intensiv gearbeitet hatte. Verwandte Bilder deutscher Bier- und Bratwurstseligkeit wurden auch durch amerikanische Oktoberfeste, Steubenparaden und die Folklore deutsch-amerikanischer *Communities* in den USA weitergetragen. Gut 42 Millionen Amerikaner (19 Prozent der Bevölkerung) gaben zur Jahrtausendwende an, eine deutsche Abstammung zu haben. Die Zahl der Haushalte, in denen deutsch gesprochen wird, ist dagegen allerdings verschwindend gering, und Deutsch als Fremdsprache spielt an öffentlichen Schulen in den Vereinigten Staaten kaum noch eine Rolle. Für die große Mehrheit der Amerikaner sind es wahrscheinlich jedoch weniger familiäre Bindungen oder persönliche Kontakte als Sport- und Medienfiguren wie Dirk Nowitzki und Heidi Klum, die das Bild von den modernen Deutschen entscheidend mitprägen.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> Vgl. Sina Fabian, *Boom in der Krise. Konsum, Tourismus, Autofahren in Westdeutschland und Großbritannien 1970–1990*, Göttingen 2016, S. 255–262.

<sup>32</sup> Vgl. Latzin, *Lernen von Amerika*.

<sup>33</sup> Vgl. Klimke, *Other Alliance*, S. 10 und S. 104, sowie Gerd Koenen, *Vesper*, Ensslin, Baader. *Urszenen des deutschen Terrorismus*, Köln 2003, S. 93.

<sup>34</sup> Vgl. Maria Höhn/Martin Klimke, *A Breath of Freedom. The Civil Rights Struggle, African American GIs, and Germany*, Basingstoke 2010. Zu den Anfängen deutscher Tourismuswerbung in den USA vgl. Elisabeth Piller, *Managing Imponderables. The Rise of U.S. Tourism and the Transformation of German Diplomacy, 1890–1933*, in: *Diplomatic History* 44 (2020), S. 47–75.

## VII. Aufmerksamkeitsökonomien: Deutschland und Amerika in einer globalen Welt

Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs waren die Rollen klar verteilt. Deutschlands Ansehen war ruiniert, angesichts der Schrecken des Zweiten Weltkriegs und der nationalsozialistischen Verbrechen schlugen den Deutschen Misstrauen und Ablehnung entgegen. Die Siegermacht USA hingegen hatte eindrucksvoll ihre militärische, wirtschaftliche und moralische Überlegenheit bewiesen. Umso erstaunlicher mutet es an, dass beide Länder gleichermaßen intensiv an ihrem Image zu arbeiten versuchten. So wie der jungen Bundesrepublik daran gelegen war, den Blick weg von der nationalsozialistischen Vergangenheit auf die neue Demokratie zu lenken, investierten die USA beträchtliche Mittel, um sich positiv in der westdeutschen Öffentlichkeit zu präsentieren und enge deutsch-amerikanische Beziehungen zu forcieren.

Die intensive gegenseitige Wahrnehmung war größtenteils dem Kalten Krieg geschuldet. Diese weltpolitische Konstellation brachte USA und Bundesrepublik in eine – wenn auch ungleichgewichtige – Abhängigkeit voneinander, erhöhte die Zahl der persönlichen Kontakte, intensivierte den wechselseitigen Austausch sowie das Interesse, Wissen über das jeweils andere Land zu generieren. Flankiert wurde diese Entwicklung durch die enorme Anziehungskraft der amerikanischen Unterhaltungs- und Konsumgüterindustrie. Die hohe Aufmerksamkeit füreinander bedeutete nicht, dass die gegenseitige Wahrnehmung konflikt- und kritikfrei gewesen wäre. Sie sorgte aber auf beiden Seiten des Atlantiks für vielfältige Versuche, kritischen Bildern Gegenbilder als Korrektiv entgegenzusetzen.

Nach dem Ende des Kalten Kriegs wandelte sich die historische Ausnahmesituation der intensivierten deutsch-amerikanischen Beziehungen zu einer neuen Normalität in einer globalisierten Welt. Auch wenn gerade in Deutschland immer wieder Klagen über das nachlassende Interesse der USA an Europa im Allgemeinen und der Bundesrepublik im Besonderen laut werden: Auch die Deutschen blicken seither verstärkt in andere Weltregionen. Das zeigt das wachsende Interesse deutscher Studierender für Auslandsaufenthalte in China oder Japan statt den USA ebenso wie das Nein Gerhard Schröders zum Irakkrieg. Die gegenwärtigen atmosphärischen Störungen in den deutsch-amerikanischen und amerikanisch-europäischen Beziehungen verdienen gewiss Aufmerksamkeit. Doch der Blick auf die Vielfalt der transatlantischen Kanäle relativiert die Sorgen um eine dauerhafte und einseitige Bildstörung.