



1 Fußballmannschaft in Ruanda



2 Handywerbung in Kigali (Ruanda)

Total global zu Hause

„Früher war vieles besser“. Wieso denken viele Erwachsene so? Nehmen wir unsere modernen Lebensgewohnheiten einmal unter die Lupe. Was hat sich geändert?

Die Welt zu Gast

Ist das normal? Internationale Filme im Kino, Gebetshäuser vieler Religionen, ausländische Marken im Autohaus, Gerichte aus aller Welt im Restaurant, Obst und Gemüse zu allen Zeiten frisch im Supermarkt – die große Welt hat sich mit unserer kleinen verbunden, ganz selbstverständlich erscheint das heute. Unser Leben ist damit offener und vielfältiger geworden – gar nicht anders mehr vorstellbar – oder?

Alles wird gleich

McDonald's und Aldi sind überall, uniforme Shopping Malls werden in jeder Stadt gebaut. Die Vereinheitlichung geht so weit, dass sich infolge ähnlicher Warensortimente Ernährungsgewohnheiten angleichen – in Mecklenburg-Vorpommern wird die gleiche Biersorte verkauft wie in Belgien, in Polen wird das gleiche Kaugummi gekaut wie in Frankreich. Die „Cocacolisierung“ ist in vollem Gange.

Eine Kultur im globalen Dorf

Längst hat die englische Sprache in unser Leben Einzug gehalten: Geschäftsnamen, Werbesprüche, Bedienungsanleitungen – die deutsche Sprache wird ergänzt oder verändert. Oft ist es uns gar nicht bewusst, wir haben uns bereits daran gewöhnt.

Musik vereint die Menschen unterschiedlicher Kulturkreise. Egal, ob irgendwo in Afrika, in Australien oder bei uns: Lady Gaga oder Coldplay werden überall gespielt. Und Michael Jackson verband – das wurde bei seinem Tod deutlich – als erster schwarzer Musiker und „Global Player“ die ganze Welt! Über Twitter-Kurznachrichten wurde Jacksons Tod in Sekunden weltweit verbreitet. Über alle Grenzen hinweg wurde

eine neue Popkultur in einer weltweiten Parallelöffentlichkeit sichtbar gemacht. Aber auch „DSDS“ ist ein Beispiel für ein weltumspannendes Konzept, das in vielen anderen Ländern genauso funktioniert. Der mit Oscars prämierte Kinofilm „slumdog millionaire“ zeigt, wie ein junger Mann aus einem indischen Elendsviertel in der Sendung „Wer wird Millionär“ gewinnt – auch dies ein globales Unterhaltungskonzept. Große Firmen werben weltweit mit demselben Slogan: „Ich liebe es“ heißt es bei McDonald's in verschiedenen Sprachen von Kanada bis nach Russland – urheberrechtlich geschützt. Die neuen Informationstechniken ermöglichen diese „Synchronisierung“ der Welt. Manche meinen, die kulturellen Eigenheiten gingen dabei verloren, andere, dass die völkerverbindenden Kräfte durch die Weltmedien gestärkt werden.

Immer schneller, immer weiter

Räume schrumpfen: Nicht nur Informationen werden mithilfe neuer Technologie immer schneller befördert, sondern auch Waren und Personen. Der Handel zwischen Tokyo und Berlin kennt keine Pause mehr. Arbeiten rund um die Uhr, keine Ruhe, überall und immer mit dem Handy erreichbar. Viele fordern deshalb Entschleunigung. Die Grenzen verschwinden in unserem alltäglichen Leben – Globalisierung aller Orten. So schnell und mächtig dieser Prozess über uns gekommen ist, so wichtig ist es, sich mit ihm auseinanderzusetzen. Wir öffnen uns der Welt, den Kulturen, lernen so Interessantes von anderen Menschen, übernehmen vieles und beeinflussen wiederum andere mit unserem Tun. Wo bleibt dann aber das Eigenständige, das Typische? Große Chancen sind mit der Globalisierung verbunden, aber auch Entwicklungen, die skeptisch betrachtet werden. Früher war wirklich nicht alles besser, aber vielleicht überschaubarer und begrenzter. Die Herausforderungen der Globalisierung sind gewaltig – und gar nicht so uninteressant.



3 Kleinkind mit Multimediagerät in Deutschland



4 Warenangebot in einem deutschen Supermarkt

Fotos dieser Doppelseite: Klett-Archiv (Wilhelmi, Wackernheim), Stuttgart