

SOPHIA STEPF

# Bollywood for Business

## Mit Filmwissen kulturelle Gräben überbrücken

Im modernen Indien trägt man Anzüge, benutzt Powerpoint, spricht English und heiratet immer öfter aus Liebe. Das ist aber nur die Oberfläche, die uns ein Gefühl der Vertrautheit gibt. Denn darunter sitzen tief verwurzelte indische Werte und Denkweisen, tausende Götter und ihre Rituale, Aberglauben und Moralkodexe, die viele moderne Inder in einer ständigen Grätsche zu ihrem westlich anmutenden Leben meistern.

Die Spannungen dieser Lebenswelt werden im indischen Mainstream-Kino reflektiert und sind für Europäer zu jeder Zeit an jedem Ort auf DVD und Laptop konsumierbar. Durch die Filme kann man nicht nur viel über Indien lernen, sondern einen Blick in die Seele des indischen Mitarbeiters werfen, Kunden verstehen und im nächsten Businessmeeting galant small talken.

Die bunte Ästhetik, das hohe Pathos des Schauspiels, sowie der ständige Ausbruch in Gesang, Tanz, Slapstick oder Tränen schreckt die meisten ab.

Unerträglicher Kitsch denkt man und lässt Bollywood links liegen.

Werden diese Filme jedoch eher als Informationsquelle mit Unterhaltungswert genutzt, kann dies sehr erkenntnisreich sein. Bollywood ist das stärkste Bindemittel der Nation, denn es formt den Geist der Massen vom Himalaya bis zu den Stränden Keralas. Über 160 Filme pro Jahr werden allein in Bombay auf Hindi produziert (Bollywood), bis zu 500 weitere Filme in Regionalsprachen. Durch die hohe Anzahl an Gesang und Tanznummern sowie visueller Opulenz werden sprach-

liche Barrieren überbrückt. Schon vor dem Erscheinen eines Blockbuster-Bollywoodfilms vibriert Indien von Norden bis Süden in den Tönen des neuesten Filmhits.

Und wer denkt, Gandhi und Nehru seien die Übeväter der Nation, kennt Amitabh Bachchan nicht, ein Superstar, eine Legende, ein Halbgott. Er war in den 70ern der James Dean Indiens, und heute ist er die Personifizierung des indischen Patriarchen, ein Vorbild für Väter und Chefs im ganzen Land. Mit seinem Gesicht kann man jedes Produkt verkaufen. Wenn er von der Werbetafel lächelt und sagt: »Kauft diesen Kaugummi!«, dann kaufen Millionen Inder diesen Kaugummi. Neben der griechischen Göttergleichheit der Stars und somit ihrer Bedeutung für das indische Leben, behandeln Bollywoodfilme aber auch die Kernprobleme und Spannungen der heutigen indischen Kultur.

### Seismograph sich wandelnder Werte

Da wäre zum Beispiel die Ehescheidung, bis vor kurzem äußerst verpönt, unüblich und als Krankheit des Westens angesehen. In keinem kommerziellen indischen Film wurde die Scheidung gezeigt oder sogar gut geheißt. Die immer wiederkehrende Moral von der Geschichte war: »Die Familie gehört zusammen, sie ist Kern und Zentrum der Gesellschaft und man hat sein Ego dem Gemeinwohl der Familie zu unterwerfen«. In den Städten, mit vielen ökonomisch unabhängigen Frauen steigt die Scheidungsrate aber täglich. In »Khabie Alvinda Naa Kehna« (2005) wird dann drei Stunden lang das Unglück zweier Ehen gezeigt, vier Menschen, die bis zum Ende versuchen, sich moralisch zu lieben. Vor zehn Jahren noch wären sie zusammengeblieben. Aber in KANK trennen sich die beiden Liebenden von ihren Ehepartnern, verweilen einige Zeit in isolierter Misere, um sich dann endlich in die



Fotos: Sophia Stepf (links) / Anja Schütze (rechts)

Arme zu fallen. Der Regisseur Karan Johar sagte dazu in einem Interview: »In Indien waren viele Menschen schockiert über den Film, 50 Prozent der Kinobesucher fanden ihn sehr progressiv, sehr modern, sehr aktuell, sehr real. 50 Prozent des konservativen Publikums hätten mich wohl am liebsten umgebracht, weil sie mir vorwarfen, mit diesem Film Untreue und Scheidung zu rechtfertigen.«

Man kann Bollywoodfilme als Seismograph sich wandelnder Werte lesen und somit verstehen, in welchen Zwickmühlen und Spannungen sich indische Geschäftspartner und Angestellte täglich befinden. Bollywood ist darüber hinaus als Trainingsmittel für Europäer sehr geeignet, denn viele Konflikte, die sie mit Indern haben werden, sind Wertekonflikte. Deshalb ist es wichtig, verborgene Werte aus dem Handeln und Kommunizieren anderer ableiten zu können. Diese Wahrnehmung kann man an Filmen schulen. Nehmen wir folgende Szene aus »Outsourced« (2008), einem amerikanischen Film. Der US-Manager Todd wird nach Indien ausgeflogen, um dort seinen indischen Nachfolger im Callcenter einzuweisen. Dort wird er von Prabu abgeholt. Dieser schimpft im Taxi auf Bombay, wie dreckiges dort sei, aber hier in der kleinen Stadt sei es sehr sauber. In diesem Moment sieht Todd am Straßenrand einen Mann entspannt urinieren. Man könnte jetzt denken, ah, Sauberkeit ist also



Werbefafel: Mit den Gesichtern der Stars lässt sich jedes Produkt verkaufen.

kein Wert in Indien. Prabu betont aber die Sauberkeit des Hauses seiner Tante und die Hygiene des Essens dort. Da wird Todd dann auch die »Handregel« erklärt, als er beherzt mit der linken Hand in die Snackschüssel greift. Die linke Hand gilt in Indien als unrein, mit ihr isst man nicht, berührt keine anderen Menschen, gibt kein Geld. So versteht man, dass Sauberkeit in Indien sehr wohl ein hoher Wert ist, dieser sich aber im privaten und nicht im öffentlichen Raum manifestiert. In Indien steht daher auch »Home made food« für das beste, sauberste und gesündeste Essen.

### Beim Small Talk gekonnt überzeugen

Und nicht zuletzt ist es im wichtigen indischen Small Talk von unschätzbarem Wert und man kann als Westler tiefe kulturelle Gräben überbrücken, wenn man sich nur ein bisschen mit Bollywood und seinen Stars auskennt.

Wenn man geschickt einfließen lässt, dass man Sharukh Khan im letzten Streifen nicht ganz so überzeugend fand, oder dass Ashwarya Rai immer noch die Schönste sei, dann kann man sich der begeistertsten Verwunderung über ein solches Wissen gewiss sein.

Geschickt ist es auch, sich zum Beispiel einmal »Lagaan« (2001) in voller Länge anzusehen. Die Liebe zu Indien und zum kulturellen Reichtum ist hier genauso Thema wie die Empfindsamkeit gegenüber westlicher Bevormundung. Hier wird erstens ein klischeehaftes Bild von Europäern vorgeführt, das man besser kennen sollte, um sich nicht genauso zu verhalten. Dann sieht man Teambuilding auf indisch, der Moslem und der Unberührbare werden integriert, und alles mit einem Ziel: die indische Dorfmannschaft will die englischen Kolonialherren im Cricket schlagen. Die Regeln des Cricket beherrscht der Zuschauer nach dem Film auch, was ungefähr genauso wichtig ist, wie Gandhi und Amitabh Bachchan zu kennen und sich die Zähne zu putzen. Denn wie der zweitgrößte Filmheld der Welt, Sharukh Khan, einmal weise verkündet hat »Bollywood in India is like brushing your teeth, you can't escape it.« ■

Sophia Stepf und Anja Schütze

bieten interkulturelle Trainings und Beratungen für Indien an.

Kontakt

[www.cultureforcompetence.com](http://www.cultureforcompetence.com)