

Relevanz des Hindi für die Wirtschaft

Beziehungen zwischen der EU und Indien

Arno Dohmen

Der Artikel versteht sich als Plädoyer für die Berücksichtigung bedeutungsvoller Sprachen und linguistischer Aspekte zur Förderung einer wirtschaftspolitischen (Re-) Vitalisierung der Beziehungen zwischen Indien und der EU.

Die Beziehungen zwischen der EU und Indien gelten als nicht ausgeschöpft und von geringer Bedeutung. Dazu tragen unter anderem die geringe Höhe des bilateralen Handels, die kaum wahrnehmbare Kooperation innerhalb der „strategischen Partnerschaft“¹, und die auf Eis gelegten Verhandlungen zur Implementierung eines Freihandelsabkommens (FHA) zwischen der EU und Indien bei.²

Gleichzeitig offenbart diese Situation, dass die EU und Indien bislang in vielen Punkten keine gemeinsame Sprache gefunden haben. An Gesprächsthemen mangelt es dabei offensichtlich nicht, an einem Verständnis für Sprache(n) allem Anschein nach schon. Dabei scheint vor allem der EU nicht bewusst zu sein, welchen maßgeblichen Einfluss die Sprache Hindi sowie hindisprachige Medien auf die Wirtschaftsbeziehungen zwischen der EU und Indien ausüben. Tatsächlich hat die Sprache Hindi in Indien seit Langem in vielerlei Hinsicht eine höhere Bedeutung eingenommen als die englische Sprache. Das wirkt sich zukünftig maßgeblich auf die wirtschaftspolitischen Beziehungen zwischen der EU und Indien aus.

Wirtschaftspolitische Beziehungen EU-Indien

Während der letzten Jahre ist das Bruttoinlandsprodukt Indiens durchschnittlich um sieben Prozent gewach-

sen, und das Land weist einen höchst dynamischen Markt auf. Die seit Jahren schnell wachsende Wirtschaft Indiens lässt sich dabei vor allem auf die starke Binnennachfrage, die mit steigenden Ausgaben für Konsum einhergeht, zurückführen.³

Bei der Betrachtung der Handelsbeziehungen zwischen der EU und Indien wird deutlich, dass die EU 2019 Indiens wichtigster Handelspartner war. Der gesamte bilaterale Handel belief sich zu diesem Zeitpunkt auf 100 Milliarden Euro.⁴ 2018 betrug dieser 92 Milliarden Euro. Das entspricht 12,9 Prozent des gesamten indischen Handels. Demgegenüber lag der bilaterale Handel zwischen Indien und China im gleichen Zeitraum etwas niedriger bei 10,9 Prozent. Auch Indiens Handel mit den USA belief sich während des gleichen Zeitraumes auf 10,1 Prozent und war damit ebenfalls schwächer als der EU-Indien-Handel. Mit rund 18 Prozent der gesamten Exporte stellte die EU zudem Indiens Hauptziel für Ausfuhren dar.⁵

Umgekehrt lag Indien dabei aber nur auf Platz 10 der Handelspartner der EU. So machte der Güterhandel zwischen der EU und Indien 2019 lediglich 1,9 Prozent des gesamten Handels der EU aus. Damit lag Indien weit hinter den USA, mit denen sich das Handelsvolumen auf 15,2 Prozent belief. Mit China betrug das Handelsvolumen 13,8 Prozent. Obwohl der Handel zwischen der EU und Indien

während des letzten Jahrzehnts um 72 Prozent gestiegen ist,⁶ wird sichtbar, welche geringfügige Rolle Indien in den Handelsbeziehungen der EU einnimmt.

Mit dem Ziel, den bilateralen Handel zu erhöhen und die Beziehungen zu intensivieren, wurde von 2007 bis 2013 über einen Vertrag zur Implementierung eines FHAs zwischen der EU und Indien verhandelt. 2013 wurden die zähen und erfolglosen Verhandlungen zwar nicht für gescheitert, jedoch für eingefroren erklärt. Allerdings berichtet die Europäische Kommission heute noch, dass sie an einer Fortführung der Verhandlungen interessiert sei, und auch in Indien scheint weiterhin Interesse an einem Abschluss dieses FHAs zu bestehen.⁷

Sprache und Medienberichterstattung

Zunächst darf darauf hingewiesen werden, dass ein gemeinsames Verständnis sowie „die eine gemeinsame Sprache“ zwischen der EU und Indien auf einer Vielzahl von sowohl EU-Sprachen als auch Sprachen Indiens basieren. Englisch und Hindi sind dabei zwei wichtige Sprachen, da sie einerseits laut § 343 der indischen Verfassung Amtssprachen der Indischen Union sind, und andererseits, weil diese Sprachen einen Großteil der Bevölkerung Indiens abdecken. Darüber hinaus ist Englisch die Sprache der wirtschaftspolitischen Akteure.



Die diplomatische und englischsprachige Kommunikation scheint jedoch konfliktbehaftet zu sein. Das spiegelt sich in den auf Eis liegenden Verhandlungen zur Implementierung des FHAs wider. Es liegen Hinweise vor, dass auf der englischsprachigen Kommunikationsebene zwischen Politiker(inne)n und Entscheidungsträger(inne)n der EU und Indiens deutliche Missstände herrschen, da in der Kommunikation herablassende oder bevormundende Einstellungen zum Vorschein kommen.⁸ Eine derartige Kommunikation kann kein gemeinsames Projekt fördern.

Anzumerken ist auch, dass spätestens seit Walter Lippmanns *Public Opinion*⁹ eine umfangreiche Literatur vorliegt, die sich mit Verflechtungen zwischen der öffentlichen Meinung, die maßgeblich durch Medien geprägt wird, und wirtschaftspolitischen Prozessen auseinandersetzt.¹⁰ Dabei ist es trotz der Vielzahl an Theorien und Erkenntnissen unbestritten, dass Medien — neben

anderen Faktoren — Wahrnehmung und wirtschaftspolitische Entscheidungen maßgeblich beeinflussen, und dass Rezipienten Medien nutzen, um sich von diesen beeinflussen zu lassen. Derartige Literatur belegt, dass Verflechtungen zwischen politischer Realität und „Medienrealität“ niemals getrennt voneinander betrachtet werden können, da sie in einem permanenten und wechselseitigen Prozess zueinander stehen. Diese Erkenntnisse stehen im direkten Zusammenhang mit den auf Eis gelegten Verhandlungen des EU-Indien-FHAs.

Die Bedeutung hindisprachiger Diskurse

Während es innerhalb der Forschungslandschaft weitgehend als selbstverständlich angesehen wird, dass englischsprachige Diskurse in solchen Kontexten berücksichtigt werden, ist es verwunderlich, dass anderen Sprachen Indiens nicht die gleiche Aufmerksamkeit geschenkt wird. Möglicherweise

Offizielles Graffiti an der deutschen Botschaft in Delhi mit den Konturen der Bundesrepublik.

Bild: privat

liegt es an der Annahme, dass diese Sprachen solchen Diskursen und ihrer Ausrichtung auf bestimmte einheimische Zielgruppen und aufgrund ihrer Ausrichtung nur wenig oder keine Aufmerksamkeit schenken und somit auf diese auch nur minimalen Einfluss nehmen. Es erscheint angebracht, die Bedeutung der Sprache Hindi im gegebenen Kontext zu erläutern.

Zunächst sei angemerkt, dass hindisprachige Medien nahezu 40 Prozent der Bevölkerung Indiens erreichen. Mit diesem Prozentsatz weisen hindisprachige Medien eindeutig die höchste Reichweite unter den Medien in einheimischen Sprachen auf.¹¹ Die Reichweite hindisprachiger Medien wird vor allem durch die führenden Tageszeitungen *Dainik Bhāskar* und *Dainik Jāg'raṇ* vergrößert, die ihre Blätter

heute in zwölf (*Dainik Bhāskar*) und elf (*Dainik Jāg'ran*) Unionsstaaten Indiens publizieren. Die Anzahl der Unionsstaaten, in denen vorwiegend Hindi gesprochen wird, liegt bei acht.¹² Somit wird deutlich, welche bedeutende Rolle führende hindi-sprachige Zeitungen bei der Vermittlung von Informationen einnehmen. Erwähnt werden soll ebenso, dass die beiden erwähnten Zeitungen allem Anschein nach die politische Agenda der gegenwärtigen BJP-Regierung teilweise unterstützen. Die politische Relevanz von hindi-sprachigen Medien lässt sich zudem daran erkennen, dass Politiker/-innen heute der hindi-sprachigen Presse exklusive Interviews erteilen.¹³

Unter der BJP-Regierung, die ihre Wählerstimmen vor allem von der wirtschaftlich bedeutsamen Mittelschicht erhielt, hat Hindi zudem eine noch größere Bedeutung gewonnen. Die BJP hat, trotz Kritik, Hindi als die einzige Nationalsprache zu etablieren versucht.¹⁴ Zudem gehen die Wahlsiege der BJP mit einer politischen Umwälzung einher, in der die tonangebenden anglierten Schichten ganz offensichtlich die Kontrolle über das politische Geschehen verloren haben. Bevölkerungsgruppen, die eher der einheimischen Sprachenwelt und somit auch den in diesen Sprachen vermittelten Gedankenwelten zugeneigt sind, üben vermehrt politischen Einfluss aus.

Aufschlussreich ist zudem ein genauerer Blick auf die Presse und das Internet. Im Vergleich zu den englischsprachigen Zeitungen, die sich vor allem auf die Ballungsgebiete und Großstädte konzentrieren, haben die hindi-sprachigen Zeitungen eine stärkere Präsenz in Kleinstädten und ländlichen Gebieten.¹⁵ Bereits 1981 lag der Anteil der englischsprachigen Zeitungen in Kleinstädten und ländlichen Gebieten bei nur 5,3 Prozent, der Anteil der hindi-sprachigen Zeitungen jedoch bei 32,7 Prozent. Den hindi-sprachigen Tageszeitungen gelang es außerdem, ihre Präsenz auch in den Hauptstädten der einzelnen Unionsstaaten aus-

zubauen, die vor allem für politische Aktivitäten entscheidend sind. Im Jahr 1981 lag der Anteil der hindi-sprachigen Zeitungen in diesen Hauptstädten bei 13,4 Prozent, der Anteil der englischsprachigen Zeitungen bei 14,1 Prozent. Bis zum Jahr 2016 überstieg der Anteil der hindi-sprachigen Zeitungen in diesem Segment den Anteil der englischsprachigen Zeitungen. 2016 war dementsprechend der Anteil der hindi-sprachigen Zeitungen in den Hauptstädten der Unionsstaaten auf 24,5 Prozent angestiegen. Der Anteil der englischsprachigen Zeitungen belief sich zum gleichen Zeitpunkt auf lediglich 19 Prozent. Schon im Jahr 2015 machten die hindi-sprachigen Tageszeitungen mit einer Auflagenhöhe von nahezu 141 Millionen Exemplaren und 47,7 Prozent der gesamten Auflagenhöhe von Tageszeitungen den größten Anteil aus. Englischsprachige Tageszeitungen rangierten zu diesem Zeitpunkt mit 33 Millionen Exemplaren und 11,4 Prozent der gesamten Auflage auf dem zweiten Platz.¹⁶

Unverkennbar ist dabei, dass paradoxerweise gerade im ländlichen Indien die Nutzung des Internets stärker steigt als in den Städten. Dies wird vor allem dadurch erleichtert, dass Inhalte in regionalen Sprachen übermittelt werden, nicht in englischer Sprache. Tatsächlich rief Google schon 2014 zur Einrichtung der *Indian Language Internet Alliance* auf, die Sprachen Indiens im Internet fördert. In den Jahren 2014 und 2015 wuchsen hindi-sprachige Internetseiten um 97 Prozent, englischsprachige Internetinhalte zum gleichen Zeitpunkt lediglich um 19 Prozent. Obwohl die Anzahl von Internetnutzer(inne)n in allen Sprachen Indiens rasant steigt, ist der Anstieg der hindi-sprachigen Internetnutzer/-innen stärker ausgeprägt. Bereits 2016 lag das Wachstum der Internetnutzer/-innen in einheimischen Sprachen bei 127 Millionen und überstieg damit die Höhe der Internetnutzer/-innen in englischer Sprache. Nahezu die Hälfte dieser 127 Millionen Anwender/-innen nutzte das Internet in Hindi.¹⁷

In Anbetracht des signifikanten Wachstums der hindisprachigen Medien während der letzten beiden Dekaden lässt sich deren Einfluss auf die Politik, vor allem in den Unionsstaaten, nicht leugnen.¹⁸

Hindi-sprachige Berichterstattung zum Freihandelsabkommen

Die langwierigen und erfolglosen Verhandlungen des EU-Indien-FHAs legen nahe, dass die Medienberichterstattung darüber nicht nur positiv ist. So publizierte 2011 die meinungsbildende hindi-sprachige Tageszeitung *Amar Ujālā* den Artikel *Vikasit deśom ke cor dar'vāje*¹⁹, was sich auf Deutsch mit „Die Poterne der entwickelten Länder“ übersetzen lässt.²⁰ Der Artikel kritisiert die Industrieländer und die Verhandlungen über den Welthandel (Doha-Runde). Die Doha-Runde sei nicht nur unfähig, sondern auch nicht daran interessiert, Probleme in Entwicklungs- und Schwellenländern zu lösen. Die Industrieländer würden die Verhandlungen um das EU-Indien-FHA lediglich fortführen, um ihren eigenen Wohlstand und ihren Anteil am Welthandel zu mehren. Sie würden dazu in geheime Verhandlungen treten und FHA zu implementieren versuchen, die über die Standards der Welthandelsorganisation (WTO) hinausgehen.

Der Artikel *Uṭṭerāste parcal'nekījid*²¹, der mit „Der Starrsinn des Gehens auf konträrem Pfade“ übersetzt werden kann, und 2012 in dem meinungsbildenden Blatt *Hindustān Dainik* publiziert wurde, ist ein Kommentar von Sitaram Yechury, dem Parteivorsitzenden der *Communist Party of India (Marxist)*. Gleich im zweiten Satz stellt Yechury fest, dass sich die EU in einer ernststen wirtschaftlichen Krise befinde und die Existenz des Euros gefährdet sei. Vor allem aufgrund der stagnierenden Wirtschaftslage in der EU habe die EU Zugang zum indischen Markt gefordert.

Die Tatsache, dass die Medienberichterstattung immer Einfluss auf wirtschaftspolitische Entscheidungen ausübt, und vor allem die hindisprachige Medienberichterstattung die Politik in Indien maßgeblich beeinflusst, unterstreicht die Bedeutung dieser beiden Artikel. Mit Sicherheit haben beide Artikel einen tonangebenden Impuls geleistet und dazu beigetragen, dass die Verhandlungen des EU-Indien-FHAs bis heute auf Eis liegen.

Fazit

Hindisprachige Medien üben einen hohen Einfluss auf die Politik in Indien und damit auch auf die Beziehungen zwischen der EU und Indien aus. Dabei kommt der Sprache Hindi eine zentrale Bedeutung für verständnisbasierte EU-Indien-Beziehungen zu. Ohne eine ausreichende Berücksichtigung derartiger Zusammenhänge ist die Gefahr hoch, dass die EU in wirtschaftspolitischer und sicherheitspolitischer Hinsicht noch weiter ins Abseits zu rutschen droht. Die neuen chinesisch-indischen Beziehungen wären ebenfalls ein Anlass für die EU, die Beziehungen zu Indien zu überdenken. Denn sollte Indien China gegenüber dem sogenannten Westen bevorzugen, könnte das autoritäre chinesische Vorbild ähnliche Tendenzen in Indien zusätzlich fördern – sicherlich nicht im Interesse dieses Westens. Umgekehrt könnte die Einrichtung des EU-Indien-FHAs als Zeichen des Vertrauens und als Auftakt bedeutungsvoller und verständnisbasierter Beziehungen dienen.

Zum Autor



Arno Dohmen arbeitet am Südasien-Institut Bonn und forscht dort zu den Themen Beziehungen zwischen Indien und der EU, Wirtschafts- und Sozialpolitik in Südasien, Klimawandel und Konflikte in Südasien, Medienanalysen und Medienberichterstattung.

Endnoten

- ¹ Zur Bedeutung und Definition der Partnerschaft siehe beispielsweise Shazia Aziz Wülbers, *The Paradox of EU-India Relations: Missed Opportunities in Politics, Economics, Development Cooperation and Culture*. Lanham: Lexington Books, 2011, S. 19; Natalie Margaretha Hess, EU Relations with ‚Emerging‘ Strategic Partners: Brazil, India and South Africa“, in: *GIGA Focus International* 4, Hamburg, German Institute of Global and Area Studies, 2012, S. 3.
- ² Siehe beispielsweise Jan Wouters et al., *Some Critical Issues in the EU-India Free Trade Agreement Negotiations*. KU Leuven Working Paper 102. Leuven Centre for Global Governance Studies, 2013, S. 2; Uday Pratap Singh, The Indo-EU Strategic Partnership: Future Perspectives, in: *International Journal of English Language, Literature and Humanities* 4, Heft 5, 2016, S. 539 – 553; Shazia Aziz Wülbers, Joachim Betz, Die europäisch-indischen Beziehungen: Chancen, Herausforderungen und Perspektiven., in: *GIGA Focus Asien* 9. Hamburg, German Institute of Global and Area Studies, 2014, S. 1ff.; Gabriel Felbermayr et al., *Europe and India: Relaunching a Troubled Trade Relationship*. ifo Forschungsberichte 80, Final Report on September 13, 2016, München, ifo Institut, S. 10ff.
- ³ Siehe European Commission, *Countries and regions: India*, 07. Mai 2020, abrufbar via <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/india/>; Felbermayr et al. 2016, Endnote 2.
- ⁴ Siehe Rajendra Kumar Jain, Gulshan Sachdeva; India-EU strategic partnership: a new roadmap, in: *Asia Europe Journal* 17, Heft 3, 2019, S. 309 – 325, hier S. 317; Harry Stamelos, Konstantinos Tsimaras, India and the European Union: A Quick Look at their Legal Relations and their Strategic Partnership, in: *Athens Journal of Law* 5, Heft 2, 2019, S. 137 – 148, hier S. 139.
- ⁵ European Commission 2020, siehe Endnote 3.
- ⁶ ebd.
- ⁷ European Commission 2020, siehe Endnote 3; Felbermayr et al. 2016, S. 10, siehe Endnote 2.
- ⁸ Siehe Charles Grant, *Four pillars for an EU-India partnership*, Centre for European Reform, 2008, S. 1, abrufbar via <https://www.cer.eu/publications/archive/bulletin-article/2008/four-pillars-eu-india-partnership>;

Wülbers 2011, S. 21, Endnote 1.

⁹ Siehe Walter Lippmann, *Public Opinion*. New York, Harcourt, Brace and Company, 1922.

¹⁰ Hervorgehoben seien hier stellvertretend für viele einschlägige Werke Niklas Luhmann, *Die Realität der Massenmedien*. 2. erweiterte Auflage, Opladen, Westdeutscher Verlag, 1996; Noam Chomsky, Edward S. Herman, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York, Pantheon Books, 2002; Lutz Erbring, Nachrichten zwischen Professionalität und Manipulation: Journalistische Berufsnormen und politische Kultur, in: Max Kaase, Winfried Schulz (Hg.), *Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde*. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderhefte Band 30, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1989, S. 301 – 313.

¹¹ Tabereh Ahmed Neyazi, *Political Communication and Mobilisation: The Hindi Media in India*. Cambridge: Cambridge University Press, 2018, S. 1.

¹² ebd. S. 8.

¹³ ebd. S. 108f.

¹⁴ Neyazi 2018, S. 8, Endnote 11; Leela Fernandes, India's middle classes in contemporary India, in: Knut Axel Jacobsen (Hg.), *Routledge Handbook of Contemporary India*. London, Routledge, 2016, S. 232-243, hier S. 239.

¹⁵ Neyazi 2018, S. 15, Endnote 11; Nadja-Christina Schneider, *Medien in Indien: Zwischen Globalisierung, Ausdifferenzierung und bedrohter Glaubwürdigkeit*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 07. April 2014, abrufbar via http://www.bpb.de/themen/IBDE4P,0,0,Medienpluralismus_in_Indien.html.

¹⁶ Neyazi 2018, S. 64f., Endnote 11.

¹⁷ ebd. S. 192.

¹⁸ ebd. S. 94.

¹⁹ Siehe *Amar Ujālā*, Vikasit deşom ke cor dar'vāje. 28. Juni 2011, abrufbar via <http://www.amarujala.com/vichaar/VichaarDetail.aspx?nid=1404&tp=b&Secid=4&SubSecid=10>.

²⁰ Poterne: unterirdischer Festungsgang; Anm. d. Red.

²¹ Siehe *Hindustān Dainik*, Ul'te rāste par cal'ne kī jid, 03. Februar 2012, abrufbar via <https://www.livehindustan.com/news/article/article1-story-215836.html>.