

Der Dritte Raum – eine kommunikative Erfolgsstrategie

(Klaus Dirscherl, Institut für Interkulturelle Kommunikation an der Universität Passau)

1. Neu und trotzdem mit Tradition

Kommunikationstrainer leben häufig von Kommunikationsunfällen. Vom Scheitern beim Versuch, miteinander zu reden. Von so genannten *critical incidents*. Die Botschaft ihrer Trainings liest sich wie eine Liste von Tabus, die man nicht berühren, von Fettnäpfchen, in die man nicht steigen soll. Dabei wird eines außer Acht gelassen: Das Vergnügen, die Freude, die man selbst in schwierigen Kommunikationen erleben kann, bei der Entdeckung des Anderen. Die Bereicherung, die man erfährt, wenn man sich auf den Anderen einlässt. Um diesen Aspekt der Kommunikation besser zu verstehen und zu nutzen, sind die „Strategien des Dritten Raums“ ein noch viel zu wenig genutzter Weg.

Im Dritten Raum ist **die Kommunikation, die Verständigung** das Hauptthema. Manchmal ist es das einzige Thema, das dort verhandelt wird. Deshalb gibt es im Dritten Raum viele Informationszeichen einfacher Art oder auch komplexe Unterstützungssysteme, damit Kommunikation funktioniert. Telefone, Bleistifte, Papier, PCs, Menschen, die bereit sind, bei der Kommunikation zu helfen, Rezeptionisten, Dolmetscher. Es gibt ganze Berufsgruppen, die man als Dritte-Raum-Akteure bezeichnen könnte, und die spezialisiert darauf sind, die Kommunikation zwischen Vertretern unterschiedlicher Interessen, Firmen oder auch Kulturen zu ermöglichen.

Im Dritten Raum **geht man auf die Bedürfnisse des anderen** ein.



Die Diplomaten betreiben das Geschäft der Kommunikation schon seit langem, und einiges kann man aus ihrer erfolgreichen Praxis zweifelsohne für unser Thema lernen. Der Dritte Raum als ein Bereich, der die Kommunikation zwischen Menschen mit unterschiedlichen Interessen ermöglicht, ist ein klassisches Mittel der Diplomatie. Die Botschaft in einem fremden Land ist ein spezieller Ort, ein Raum, der besonderen Schutz genießt, in dem in der Regel besonders kommunikationsbegabte, kommunikationserfahrene Menschen Dienst tun, um zwischen fremden Kulturen zu vermitteln, ohne dass die beteiligten Partner in ihrer Eigenheit über Gebühr bedrängt werden. Beispiele für Dritte Räume sind aber nicht nur die Botschaftsgebäude in fremden Ländern. Hotels generell haben etwas vom Dritten Raum, Verhandlungszimmer in einem Gebäude. Auch das Vorzimmer zu einem Chefzimmer hat etwas vom Dritten Raum an sich. Die Rezeptionshalle in einem Hotel.

2. Qualitäten des Dritten Raums

Was zeichnet den Dritten Raum in Bezug auf Kommunikation und kommunikative Möglichkeiten aus? Dritte Räume sind **flexibel und offen** für Begegnungen, sind nach außen hin geöffnet, gleichzeitig geschützt. In dieser Hinsicht beispielsweise sind die französischen Terrassencafés mit ihrer Überdachung aus Glas ein gutes Beispiel. Jeder sieht jeden. Man kann jederzeit hineingehen. Man kann sich dort treffen, ohne große Verpflichtungen gegenüber dem Halter des Raums einzugehen. Gleichzeitig wird Kommunikation in einfacher Form ermöglicht, erleichtert.

Gegen Bezahlung sicherlich, aber man ist bemüht, Bedürfnisse des anderen zu befriedigen. Es ist eine Art Instant-Kultur, die im Dritten Raum herrscht. Höflichkeit ist eine Regel, Flexibilität eine andere. Die Menschen im Dritten Raum kommen dort hin, wissen aber, dass sie wieder weggehen. Der Dritte Raum ist von Bewegung, von Veränderlichkeit geprägt. Er hat den Charakter des Vorübergehenden manchmal. Auch ist man tolerant gegenüber Unverständlichem. Man weiß, dass die Benutzer des Dritten Raums Kommunikationsfragen, Kommunikationsprobleme haben.

Der Dritte Raum ist also ein Bereich, den Menschen intuitiv oder explizit, auf jeden Fall temporär, zeitweilig zwischen sich und ihrem Kommunikationsgegenüber einrichten, um dort probenhalber zu kommunizieren. Sie verlassen zeitweilig ihre angestammte Kultur A (ihren Raum) bzw. ihre Kultur B, um probenhalber im Dritten Raum (C) ohne großes Risiko des Scheiterns miteinander zu kommunizieren. Die Vorteile der Kommunikation im Dritten Raum sind auch ihre Nachteile. Vieles, was hier geschieht, geschieht noch im „Als-ob“, um später dann, wenn man sich sicher ist, in die Tat umgesetzt zu werden. Doch dieses Als-ob, diese Fähigkeit zu tun **als ob**, birgt ungewöhnliche Möglichkeiten des Lernens, des Kennenlernens, des Erprobens neuer Kommunikations- und Handlungsweisen. Die „Als-ob-Kompetenz“, wie ich sie nennen will, ist eine menschliche Begabung, deren Gewicht und Folgen noch zu wenig erforscht sind. Sie beruht in der menschlichen, auch beim Kind schon vorhandenen Fähigkeit, sich zu „exzentrieren“, wie der Soziologe Joachim Fischer sagt, sich zum Beobachter zu machen.

3. Über das „Als ob“

Das Reden und Handeln im „Als ob“ darf nicht mit der Lüge verwechselt werden. Der Als-ob-Modus hält die Wahrheit sozusagen im Suspens. Übrigens, das meiste, was in der künstlerischen Kommunikation, im fiktionalen Modus abläuft, zeichnet sich durch eben diesen Als-ob-Charakter aus. Gleich ob wir einen Roman lesen oder ins Kino gehen, wir erleben Wirklichkeit im „Als ob“. Auch Handlungen im Dritten Raum, so lässt sich beobachten, sind ein wenig von der Als-ob-Qualität fiktionaler Handlungen geprägt. Diese Qualität ist gerade für die Kommunikation, für Strategien erfolgreichen Kommunizierens wertvoll und sollte bewusst genutzt werden.

An dieser Stelle wird eine weitere Kategorie sichtbar, die die Kommunikation im Dritten Raum mitprägen kann, die Kategorie des Spiels. Über die kreative Funktion des Spiels in der menschlichen Kultur wurde schon viel nachgedacht seit Huizingas berühmter Studie zum *Homo Ludens*. Für uns interessant ist die Tatsache, dass auch das Spiel ein Als-ob-Handeln darstellt, wie wir es charakteristisch für den Dritten Raum erkannt haben. Spielhandlungen lösen sich von der Wirklichkeit. Im Spiel kann man Dinge tun, die man in der Wirklichkeit (noch) nicht tun kann. Die Fähigkeit zum Spiel ist eine zentrale menschliche Kompetenz, die gleichzeitig kulturschaffend ist. Im Spiel können wir Dinge erproben, können die alltäglichen Regeln übertreten. Und trotz seiner Situationsentzogenheit bezieht sich das Spiel auf die Wirklichkeit.

4. Das Dritte-Raum-Prinzip als Ermöglichung erfolgreichen Handelns und Kommunizierens

Wann und wie lässt sich das Dritte-Raum-Prinzip kommunikationsfördernd und handlungserleichternd einsetzen? Traditionell haben jene Räume die von uns skizzierte Als-ob-Qualität, die ohnehin speziell für das Aufeinandertreffen von Vertretern verschiedener Interessen, wir können auch sagen Kulturen, vorgesehen sind, d.h. Beratungszimmer, Hotels, Verhandlungsgebäude. Hier werden in der Regel Gespräche geführt, die noch nicht die eigentlichen Handlungen vollziehen, sondern vorbereiten. Es wird sehr wohl ernsthaft kommuniziert. Doch alles, was besprochen wird, lässt sich noch einmal revidieren. Die Unverbindlichkeit oder Vorläufigkeit der Verhandlungsräume ist unübersehbar und erleichtert die Kommunikation.

Das Prinzip, einem Raum zeitweise Als-ob-Charakter zu verleihen, lässt sich ausweiten. Dann etwa, wenn beispielsweise in den angestammten Verhandlungsräumen die Kommunikation stockt, nicht vorankommt. Eine Verlagerung in einen anderen, einen Dritten Raum ist dann hilfreich. Genutzt werden hierzu gerne die Pausen. Verlagert sich die Kommunikation vom Verhandlungsraum in die Mittagszeit, so wechseln die Kommunikationspartner den Rahmen. Die Kommunikationsvoraussetzungen werden für eine Zeitlang erneut suspendiert. Man redet über andere Dinge als das eigentliche Thema, das Essen, das Wetter u.ä.. Eine andere Strategie, mit der man einen Dritten Raum aufmachen kann, um ins Stocken geratene Kommunikationen in ein Terrain des Als-ob zu verlagern, ist die Veränderung der körperlichen Haltung der Kommunikationspartner. Man verlässt zeitweise die Sitzposition am Verhandlungstisch und macht einen kleinen Spaziergang. Dabei bewegen sich die Menschen, bewegen sich aufrecht, gehen. Ihre Körperlichkeit kommt anders ins Spiel. Ein klassisches Dritte-Raum-Phänomen, das neue Möglichkeiten der Kommunikation eröffnet. Möglichkeiten, die freilich ebenfalls von der Als-ob-Qualität gekennzeichnet sind.

Der Dritte Raum sollte die Nutzer idealiter in einen Zustand der Gelassenheit und der Konzentration versetzen. Sie sollen sich wohlfühlen. Eine gewisse Entspanntheit ist wünschenswert, eine Entspanntheit, die bis zur Heiterkeit gehen kann, die aber nicht die Konzentriertheit, die Aufmerksamkeit aufs Spiel setzen darf. Diese emotionale Prägung des Raums ist normalerweise in Verhandlungsräumen nicht leicht zu realisieren. Deshalb sucht man für diesen Zweck dazwischen immer wieder andere Räume auf, die sie ermöglichen. Räume außerhalb der Ernsthaftigkeit des Verhandlungszimmers. Die Bar eines Hotels oder das Restaurant etwa. Wohlfühlräume könnte man sie nennen.

Ein Hauptthema des Dritten Raums ist die Kommunikation. Daher wird auch dem Small talk viel Raum eingeräumt. Im Small talk unterhält man sich über sich selbst und die Möglichkeiten der Kommunikation. Man hält die Kommunikation aufrecht, ohne die Hauptthemen voranzutreiben. Daher ist es durchaus beliebt, im Dritten Raum auf eine Tagesordnung zu verzichten. Die Themen werden assoziativ, ja witzig und geistreich miteinander verknüpft. Privates wird mit Geschäftlichem gemischt. Wichtig ist, dass die thematische Fixierung aufgehoben ist. Das einzige Ziel der Kommunikation des Dritten Raums ist, dass die Kommunikation überhaupt funktioniert.

5. Conclusio

So gesehen sind Dritte Räume Zwischenbereiche räumlicher, zeitlicher oder psychischer Art, die eine wertvolle Freisetzung der Agierenden von den traditionellen Handlungs- und Kommunikationsregeln leisten. Diese Freisetzung setzt Energien zum Lernen, Erproben, Entdecken des Differenten frei, die sonst gebunden wären. Die Inszenierung, die Bereitstellung von Dritten Räumen ist eine wertvolle Strategie, die Schwierigkeiten, Hindernisse beim Reden und Handeln transformiert und letztlich auflöst, wenn man sie geschickt genug einsetzt.



Prof. Dr. Klaus Dirscherl,

ist Ordinarius emer. für Romanistik der Universität Passau, leitet dort das Institut für Interkulturelle Kommunikation, ist seit mehr als 10 Jahren als Kommunikationstrainer bei in- und ausländischen Firmen (Frankreich, Spanien, Argentinien, UK) sowie als Dozent bei Lehrerfortbildungen tätig.