

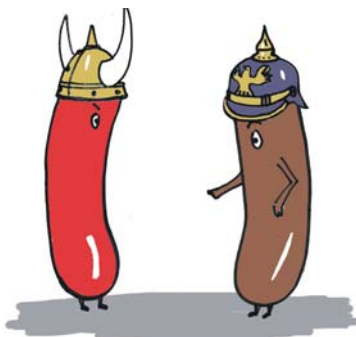
# Viel mehr als Würstchen und Wikinger

Online-Umfrage für deutsch-dänisches Projekt

**Kiel.** Offenbar klappt es mit dem Nachbarn besser als früher. Kieler und Süddänen erforschen seit Juni gemeinsam, welches aktuelle Bild Menschen vom Nachbarn jenseits der Grenze haben. Stereotype, Klischees und Vorurteile – hier der Würstchendeutsche, dort der Dänenwiking – gibt es auf beiden Seiten nach wie vor. Wie sehr sich das Bild ändert, versuchen die Forscher über eine Online-Befragung herauszufinden, die jetzt zeitgleich in Deutschland und Dänemark startete.

Von Martina Drexler

Deutschland gilt heute noch bei vielen Dänen als Land des billigen Biers und der schnellen Autos, bevölkert von Bürgern, die gern andere dominieren wollen. Hotdogs, Lego und entspannte Menschen beherrschen dagegen das Dänen-Bild der Deutschen. In dem EU-Kooperationsprojekt Interreg 4a „Nationale Stereotype und Marketingstrategien in der interkulturellen



Nur ein Klischee: Deutsches Würstchen trifft dänischen Pølse.

tigen Vorstellungen bis Juni 2015 in beiden Ländern unter die Lupe.

Nach der Analyse schon vorhandener Studien, dem Auswerten von Zeitungen, Internet-Foren, Blogs und Vorbefragungen bei Studierenden und Mitarbeitern von SauerDanfoss deutet sich ein Wandel an: Die Stereotype fallen auf beiden Seiten differenzierter und positiver aus, berichteten der Kieler Germanist

Prof. Jörg Kilian und die dänische Projektleiterin Dr. Erla Hallsteindóttir. Welche Spuren in der Wahrnehmung ha-



Sie untersuchen in ihrem Forschungsprojekt deutsche und dänische Stereotypen: (von links) Carolin Venne, Katarina Müller, Erla Hallsteindóttir, Jörg Kilian und Annika Hofmann.  
Foto Eisenkrätzer

ben etwa die Mohammed-Karikaturen, die dänischen Grenzkontrollen, die deutsche Einheit, Kanzlerin Angela Merkel oder die Euro-Einführung hinterlassen? Ein aktuelles Wissen darüber, wie Deutsche aus Sicht der Dänen ticken und umgekehrt, fehlt, da entsprechende Studien oft viele Jahre zurückliegen.

Heute werden Deutsche aber offenbar nicht mehr zuerst mit Nationalsozialismus verbunden. Würstchen, Liebe zum Fußball, Ordnungssinn, Fleiß und Disziplin als typisch deutsche Eigenschaften tauchen in den Befragungen bei

den Dänen zwar noch immer auf, doch kommen zunehmend Werte wie Gastfreundlichkeit und Höflichkeit hinzu. Die Deutschen wiederum nehmen Dänemark mit seinem euroskeptischen Kurs politisch stärker wahr als früher. Das seien nur erste Skizzen, betonen der deutsche Wissenschaftler und seine dänische Kollegin und verweisen auf die Auswertung der Online-Befragung in beiden Ländern, die unter [Bit.ly/stereotypenprojekt](http://Bit.ly/stereotypenprojekt) bis Anfang Oktober freigeschaltet ist. Auf der deutschen Internetseite werden Fragen gestellt

wie „Was ist für Sie typisch dänisch?“ oder „Welche drei Begriffe fallen Ihnen zu Dänemark ein?“ Man hoffe auf so viele Rückläufe aus allen Regionen wie möglich, erklärte Kilian.

Ein Ziel des Projekts, das sich aus aktuellen politischen Ereignissen wie dem Streit um die SSW-Mandate heraushält, ist es, bis 2015 Konzepte zu entwickeln sowie gute Praxis-Beispiele aufzuzeigen. Am Ende sollen Materialien und Ratgeber für Lehrer und Betriebe entstehen, damit es mit der nachbarschaftlichen Verständigung hinweg besser

läuft. Stereotypen, betonen die Forscher ihre große Bedeutung gerade in Zeiten der Globalisierung, „bieten Orientierung in einer sehr komplexen Welt“. Auch in der Werbung und Geschäftskontakten spielen die unterschiedlichen Vorstellungen, Mentalitäten und Kulturen eine viel größere Rolle als bisher vermutet. Zu den Projektpartnern gehören neben Nordkolleg Rendsburg, die Videnregion Syddanmark/Schleswig-Holstein und Schulen wie das Regionale Bildungszentrum in Kiel auch Unternehmen.