

## Deutsch-dänische Kontexte Tysk-danske kontekster



Herzlich willkommen zur Auftaktkonferenz  
zum INTERREG4A-projekt:

Nationale Stereotype und Marketingstrategien in der interkulturellen deutsch-dänischen Kommunikation (SMiK)

Nationale stereotyper og marketingstrategier i den interkulturelle dansk-tyske kommunikation (SMiK)

### Programm

10.00: Steffen Nordahl Lund: **Begrüßung**

10.10 – 11.00: Jörg Kilian und Erla Hallsteinsdóttir: Präsentation des INTERREG-Projekts **Nationale Stereotype und Marketingstrategien in der interkulturellen deutsch-dänischen Kommunikation**

11.00 – 11.30: Kaffeepause

11.30 – 12.30

- Moritz Schramm: **Deutsch-dänische Fremdbilder: Ein paar Bemerkungen zum Forschungsstand**
- Sonja Vandermeeren: **Kulturdimensionen und stereotype Vorstellungen im dänisch-deutschen Vergleich**

- Christian Alnor: **Fremdsprachenunterricht im dänischen Gymnasium mit speziellem Fokus auf Deutsch**

12.30 – 14.00: Mittagsessen

14.00 – 15.00

- Peter Hansen: **Region Sønderjylland-Schleswig – Aufgaben, und Erfahrungen aus 15 Jahren grenzüberschreitender Zusammenarbeit**

- Benny Sørensen: **Der geschäftliche Austausch zwischen Deutschland und Skandinavien/Dänemark**

- Michael Zenner: **Deutschland und Dänemark – eine zukunftsgerichtete Partnerschaft**

15.00 – 15.30: Kaffeepause

15.30 – 17.00: **Podiumsdiskussion.** Moderation Erla Hallsteinsdóttir und Jörg Kilian

17.00: **Empfang** am Institut für Sprache und Kommunikation (Lysningen)

# SMiK

Nationale Stereotype und Marketingstrategien in der interkulturellen deutsch-dänischen Kommunikation

Nationale stereotyper og marketingstrategier i den interkulturelle dansk-tyske kommunikation



Europäischer Fonds für regionale Entwicklung  
Europäische Union · Investition in Ihre Zukunft



Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

**Laufzeit: 1. Juli 2012 – 30. Juni 2015**

### INTERREG 4 A – INTERREG 5 A 2007-2013 – 2014-2020

Förderung der Zusammenarbeit von benachbarten  
Regionen an den Binnengrenzen der EU



<http://interreg4a.de>

# SMiK Netzwerkpartner

**SØRENSEN**  
CONNECTING · MARKETS · COV

**WACHSTUMS  
ZENTRUM  
VÆKST  
CENTRET**  
FYN'S Ø · FJORDEN  
DEUTSCH-DÄNISCHE REGION

**TIETGEN SKOLEN**  
TIETGEN BUSINESS COLLEGE

**VIDENREGION  
WISSENSREGION**  
SYDDANMARK · SLESVIG-HOLSTEIN

**nördkolleg**  
redsborg  
Akademie für kulturelle Bildung

**Fyn**  
SAMMEN OM VÆKST

**INTERREG4A**  
SYDDANMARK · SLESVIG-HOLSTEIN

**RBZ WIRTSCHAFT · KIEL**  
Europeschule

# SMiK Unterstützung

**Guideservice · Danmark**

**SAUER  
DANFOSS**

**DÄNISCHE  
ADVOKATEN**

**FOCUS  
ADVOKATER**  
IND TIL KERNEN

**Raytheon Anschutz**

**INTERREG4A**  
SYDDANMARK · SLESVIG-HOLSTEIN

# SMiK Projektmitarbeit

**Institut für Sprache und Kommunikation,  
Süddänische Universität Odense**

**Germanistisches Seminar,  
Christian-Albrechts-Universität zu Kiel**

**Projektleitung:**

- Erla Hallsteinsdóttir

**Projektleitung:**

- Jörg Kilian

**Projektmitarbeit:**

- Simone Petersen
- Katarina Le Müller
- Flemming Smedegaard
- Charlotte Wien (Institut für Marketing & Management)

**Projektmitarbeit:**

- Sonja Vandermeeren
- Tobias Heinz
- Annika Hofmann
- Raphaela Winkler
- Carolin Venne

**Graphische Gestaltung:**

- Franziska Neubert: [www.franziskaneubert.de](http://www.franziskaneubert.de)

**INTERREG4A**  
SYDDANMARK · SLESVIG-HOLSTEIN

# SMiK

**Bereich:**

- interkulturelle Kommunikation im deutsch-dänischen Kontext

**Ziele:**

- Erfassung, Beschreibung und Nutzbarmachung aktueller deutsch-dänischer Stereotype

**Produkte:**

- Stereotypendatenbank
- Unterrichtsmaterialien für Deutsch & Dänisch als Fremdsprache
- Hilfsmittel für kleine und mittelständische Firmen
- Interkulturelles deutsch-dänisches Expertennetzwerk

## SMK Projektaufbau - **Arbeitspakete**

**AP1: „Deutsch-dänische Stereotype“**  
– Interkulturelle dänisch-deutsche Voraussetzungen und Erwartungen

1. Recherche- und Vorarbeit
2. Textanalysen
3. Fragebogenuntersuchung
4. Vergleich der Ergebnisse aus 2 und 3 und Registrierung der Stereotype in einer **Datenbank**
5. Erfassung, Dokumentation und Vermittlung der Projektergebnisse

**AP2: Stereotype in interkulturellen Kommunikations- und Marketingstrategien in der grenzüberschreitenden deutsch-dänischen Kommunikation**

1. Bedarfsanalyse und Klärung von Problembereichen
2. Interkulturelle Kommunikationsplanung und Ausarbeitung von „**best practice**“ Beispielen
3. Ausarbeitung von **Unterrichtsmaterialien**
4. Erfassung, Dokumentation und Vermittlung der Projektergebnisse

**AP3: Deutsch-dänisches Expertennetzwerk**

1. Erwerb und Registrierung von Mitgliedern
2. Online-Implementierung
3. Konzeption und Ausarbeitung des Inhaltes für die Internetseite



## SMK



**Arbeitsschritte:**

- Erhebung von empirischen Daten
- Analyse & Beschreibung
- Nutzbarmachung & Implementierung

- **SMiK-Resultate** aus:
  - Fragebogenuntersuchungen
  - Text- und Wortschatzanalysen
- Andere Untersuchungen und Projekte:
  - Nutzung vom existierenden kulturellen, historischen und gesellschaftlichen Wissen.
- Eine **Kombination** von bottom-up (Daten) und top-down (vorhandene Theorien und Wissen) Analyse- und Beschreibungsmethoden.



## SMK

Was sind **Stereotype**?




„Im üblichen Sprachgebrauch ist ein Stereotyp eine konventionell verwurzelte (häufig übelmeinende und möglicherweise völlig aus der Luft gegriffene) Meinung darüber, wie ein X aussehe oder was es tue oder sei.“

(H. Putnam: The Meaning of ‚Meaning‘ 1975; dt. 1990, 68)






## SMK



Was sind **Stereotype**?

- **SMiK-Arbeitsdefinition:**
  - Durch **Sprache** und **Kultur** vorgegebene **Muster** für unser Denken und Handeln.

Warum **Stereotype**?

- Stereotype Muster bestimmen unsere – positiven und negativen – Erwartungen, Vorlieben, Vorurteile und Vorstellungen von **uns selbst** und von **anderen**.
- Stereotype bilden die Grundlage für die Begegnung und Interaktion mit anderen Kulturen.






# SMK

## Was sind **Stereotype**?

Der Sprachphilosoph Adam Schaff „versteht unter dem Begriff ‚Stereotyp‘ ‚ein von einer Überzeugung getragenes, negatives oder positives Werturteil‘, das folgende Merkmale aufweist:

- Primär betrifft das Stereotyp bestimmte Gruppen von Menschen und sekundär die zwischen ihnen bestehenden Relationen.
- Stereotype sind sozialer Herkunft. Sie werden dem Individuum von der Familie anezogen oder durch das Milieu vermittelt.
- Stereotype haben eine wertende Funktion, deshalb sind sie fast immer emotional aufgeladen.
- Stereotype sind meistens nicht wahrheitsgetreu. Ihr Wahrheitsgehalt ist tatsachenwidrig oder entspricht nur teilweise den Tatsachen.
- Stereotyp sind gegen Veränderungen resistent. Sie sind von der persönlichen Erfahrung unabhängig, aber durch die emotionale Aufladung stark geprägt.“

(L. Wovro: Stereotype aus linguistischer und didaktischer Sicht [...]. In: Convivium. Bonn 2010, 303-325, hier 308)

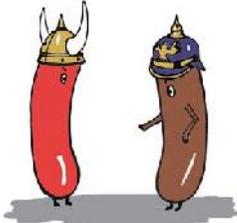
**Ordnung muss sein**

**Berlin** **OKTOBER FEST**

INTERREG4A  
SYD-DANMARK SCHLESWIG K.E.R.N.  
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung  
Bundestische Mittel - Investitionen in Ihre Zukunft

# SMK

- **Erfassung** und **Beschreibung** der aktuellen deutsch-dänischen Stereotype
  - **Fragebogenuntersuchung**
    - mehr dazu im Vortrag von Sonja Vandermeeren: **Kulturdimensionen und stereotype Vorstellungen im dänisch-deutschen Vergleich**



INTERREG4A  
SYD-DANMARK SCHLESWIG K.E.R.N.  
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung  
Bundestische Mittel - Investitionen in Ihre Zukunft

# SMK

## Was sind **Stereotype**?

Assoziative semantische Stereotype werden kulturell und historisch relativ fest mit lexikalischen Zeichen verknüpft. Man kann sich das in etwa so vorstellen:

**<Däne>, /de:nə/**  
[Gesamtbedeutung/ Bedeutungspotenz, lexikalisch gebundenes Bedeutungswissen]

„däne, m. einer aus dem dänischen Volk, [...]“ (Dwb)

»Mensch«  
»männlich«  
»Angehöriger des dänischen Volkes«

»gemütlich« »hyggelig«



INTERREG4A  
SYD-DANMARK SCHLESWIG K.E.R.N.  
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung  
Bundestische Mittel - Investitionen in Ihre Zukunft

# SMK

- **Erfassung** und **Beschreibung** der aktuellen deutsch-dänischen Stereotype in der Sprache:
  - Wortschatzanalysen:
    - Wortbildungen
    - Feste Wortverbindungen
    - Auffällige Wortkombinationen
  - Textanalysen
- Anknüpfung an die bisherige Forschung & Nutzung von kulturhistorischem Wissen

INTERREG4A  
SYD-DANMARK SCHLESWIG K.E.R.N.  
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung  
Bundestische Mittel - Investitionen in Ihre Zukunft

## SMK

- Sprachliche Kontexte: **Wortschatzanalysen**
  - Benennungsmotivation und Verwendung von Wörtern und Wortverbindungen, die „**dän**“ oder „**tysk**“ enthalten
  - Historisch: deutsche und dänische Wörterbücher
  - Aktuell: deutsche und dänische Korpora
  - Wortbildungen:
    - **Dänenampel, Dänenpartei, Dänemark-Legionärin, antidänisch, deutsch-dänische**
    - **Tysksindede, tyskerpigerne, tyskkundskaber, tyskvenlig, tyskejede**



## SMK

- Sprachliche Kontexte: **Wortschatzanalysen**
  - Feste Wortverbindungen und ihre Verwendung
    - **Være så gal/vred som en tysker** - „wütend sein wie ein Deutscher“
    - **Bande/skabe sig som en tysker** – “fluchen/sich aufführen wie ein Deutscher”
    - **Sætte et ansigt op som en tysker** – “ein Gesicht wie ein Deutscher aufsetzen”
    - **Da ist was faul im Staate Dänemark!**
    - **Mit jemandem Deutsch reden**
    - **Auf gut Deutsch**



[www.redensarten-index.de](http://www.redensarten-index.de)  
[www.sproget.dk](http://www.sproget.dk)

## SMK

- Sprachliche Kontexte: **Wortschatzanalysen**
  - Auffällige Wortkombinationen



## SMK

### Produkte

Die Beschreibung der Stereotype bildet die Grundlage für die Ausarbeitung von „Best practice“-Beispielen, Materialien und Empfehlungen, die

- (1) im Unterricht Deutsch bzw. Dänisch als Fremdsprache und in der Ausbildung von interkulturellen Experten einsetzbar sind und
- (2) als Hilfe zur Entwicklung von Kommunikations-, Marketing-, Branding- und Werbestrategien in der deutsch-dänischen Wirtschafts- und Organisationskommunikation dienen sollen.

(aus: SMiK-Konzept, 29.4.2012, Kap. 3.3)



# SMK

## Kontexte der **Wirtschaft**:

- Grenzüberschreitende Zusammenarbeit
- Dänemark
  - als Exportmarkt für deutsche Firmen
  - als Markt für deutsche Kunden
  - Fehlende Deutschkenntnisse – warum?
- Deutschland
  - als Exportmarkt für dänische Firmen
  - als Markt für dänische Kunden
  - Fehlende Dänischkenntnisse - warum?



# SMK

## Ansätze und Methoden

- **Bewusst- und Nutzbarmachung** der aktuellen deutsch-dänischen Stereotype:
  - Hilfsmittel für kleine und mittelständische Firmen mit Fokus auf Marketing
  - Bedarfsanalyse zur Klärung der Problembereiche und der Art der Hilfsmittel
  - „Best Practice“ - Beispiele



# SMK

## **Bewusst- und Nutzbarmachung** der aktuellen deutsch-dänischen Stereotype

### • **Didaktische Kontexte:**

- Externe Kontexte:
  - Dänisch als Fremdsprache in Dänemark und Deutschland
  - Deutsch als Fremdsprache in Dänemark und Deutschland
  - Deutsch als große Sprache – Dänisch als kleine Sprache
  - Nationale Curricula und andere institutionelle Vorgaben
  - GER (Der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachenlernen)
  - Existierende Materialien



# SMK

## • **Bewusst- und Nutzbarmachung** der aktuellen deutsch-dänischen Stereotype

- Unterrichtsmaterialien: Ganzheitliche Übungen, die zusätzlich zu anderen Materialien eingesetzt werden sollen
  - **Sprachkompetenz:** Deutsch/Dänisch als Fremdsprache:
    - Texte – Wortschatz und Grammatik
    - Hören, Lesen, Schreiben, Sprechen (ggf. auch Übersetzen)
  - **Kulturkompetenz:** Wissen über Deutschland und Dänemark
  - **Interkulturelle Handlungskompetenz:** Wissen darüber, wie man sich in Deutschland und Dänemark begehrt (Denk- und Handlungsstrukturen) – und das Umsetzen-Können in der Praxis



# SMK

## Stereotype im Lehrwerk

Danske virksomheder

a) Hvad laver virksomhederne? Stryk om det

fremstiller legetøj | producerer fjernsyn | fremstiller sko | producerer mejeriprodukter | leverer kommunikationsteknologi

aus: Angela Pude: Vi snakkes ved! Der Dänischkurs. Ismaning 2009, S. 86

# SMK

## Stereotype im Lehrwerk

c) Typisk dansk?  
Typisch Dänisch?

aus: Angela Pude: Vi snakkes ved! Der Dänischkurs. Ismaning 2009, S. 30

# SMK

## Bewusstmachen, dass ein Wort im Kopf ein bestimmtes stereotypes Bild auslöst – das das eigene Verhalten und Handeln steuert

Begriff, Bild im Kopf:  
»Mensch«, »männlich«,  
»Angehöriger des dänischen Volkes«  
»gemütlich«, »hyggelig«

Das Wort *Däne*

# SMK

## Im Fremdsprachenunterricht und in der Berufsausbildung (innerbetrieblich oder dual) sollen auf der Grundlage der Analyseresultate die „pictures in our head“ (Lippmann) als handlungsleitende „Weltansichten“ bewusstgemacht werden

hyggelig

Quelle	Text	Jahr
1	hyggelig	1. 1996
2	hyggelig	1. 1990
3	hyggelig	1. 2008
4	hyggelig	1. 2002
5	hyggelig	1. 2000
6	hyggelig	1. 2005
7	hyggelig	1. 2008
8	hyggelig	1. 2009
9	hyggelig	2. 2010
10	hyggelig	2. 2010
11	hyggelig	7. 2011

# SMK

## • Unterrichtsmaterialien • Gemeinsamkeiten und Unterschiede

- Bedeutung und Verwendung von Nationalitätsbezeichnungen in der Sprache
- Deutsche und dänische Tabus
- Arbeit und Privates:
  - Trennung oder Verbindung von Privatem und Beruflichem?
- Deutsch-dänische Geschichte:
  - „Würstchendeutsche“ – „Speckdänen“
  - „Dumme Dänen“ – „hässliche Deutsche“
- Deutsch-dänische Höflichkeit



# SMK

## Unterrichtsmaterialien

- „Dänen sind locker/unhöflich“ – „Deutsche sind formal/höflich“
  - Versprachlichung von Höflichkeit
  - du/De/Sie
  - Verwendung von Namen und Anrede(n)
  - Konsequenzen bei der Nichteinhaltung von Normen?



<http://www.b.dk/kronikker/laer-tyvsk-det-er-nemmere-end-du-tror>

# SMK

Projektveranstaltungen an der Süddänischen Universität in Odense:

- **Workshop** zu Projektergebnissen und „Best Practice“-Materialien:
  - Anfang Dezember 2014
- **Abschlusskonferenz**:
  - 25.-27. Februar 2015

Projekthomepage: [www.stereotypenprojekt.eu](http://www.stereotypenprojekt.eu)

Facebook: [www.facebook.com/Stereotypenprojekt](http://www.facebook.com/Stereotypenprojekt)

**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**



# SMK

## Kaffeepause bis 11:30

11.30 – 12.30

- Moritz Schramm: **Deutsch-dänische Fremdbilder: Ein paar Bemerkungen zum Forschungsstand**
- Sonja Vandermeeren: **Kulturdimensionen und stereotype Vorstellungen im dänisch-deutschen Vergleich**
- Christian Alnor: **Fremdsprachenunterricht im dänischen Gymnasium mit speziellem Fokus auf Deutsch**

