

# TYPISCH DEUTSCH – TYPISCH DÄNISCH ?

SMiK-Unterrichtsmaterialien  
zur Bewusstmachung von nationalen Stereotypen

Erla Hallsteinsdóttir, Philipp Baunsgaard Koll, Katarina Le Müller & Jörg Kilian





**INTERREG4A**  
SYDDANMARK-SCHLESWIG-K.E.R.N.

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



# SMiK

ISBN 978-87-996637-1-2

© 2015 SMiK-Projekt

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



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Erla Hallsteinsdóttir, Philipp Baunsgaard Koll, Katarina Le Müller & Jörg Kilian: **Typisch deutsch – typisch dänisch? SMiK-Unterrichtsmaterialien zur Bewusstmachung von nationalen Stereotypen**. Odense: SMiK-Projekt. 2015.

Illustrationen: Mie Nørgaard Mouritsen

SMiK-Logo: Franziska Neubert

Wordles: Erla Hallsteinsdóttir

Karte von Deutschland und Dänemark als Arbeitsblatt: Colourbox.dk

SMiK ist ein Kooperationsprojekt zwischen dem Institut für Sprache und Kommunikation an der Süddänischen Universität in Odense und dem Germanistischen Seminar der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Das Projekt wird gefördert durch INTERREG4A Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung; [www.interreg4a.de/wm390752](http://www.interreg4a.de/wm390752).

Projektleitung: Dr. Erla Hallsteinsdóttir & Prof. Dr. Jörg Kilian

Kontakt: [smik@stereotypenprojekt.eu](mailto:smik@stereotypenprojekt.eu)

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort der Projektleitung .....</b>	<b>6</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>8</b>
1.1 Unterrichtseinheit 1: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Nationalität)?.....	10
1.2 Unterrichtseinheit 2: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Land)?.....	11
1.3 Unterrichtseinheit 3: Stereotype in der Werbung .....	12
<b>2 Aktivierungsübung: „Was ist typisch deutsch und typisch dänisch?“ .....</b>	<b>13</b>
<b>3 Wortschatzübungen mit dem SMiK-Stereotypedifferenzial .....</b>	<b>15</b>
3.1 Das SMiK-Stereotypedifferenzial.....	15
3.2 Kopiervorlagen der Arbeitsblätter zum SMiK-Differenzial .....	18
SMiK-Arbeitsblatt 1: Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial .....	20
SMiK-Arbeitsblatt 2: Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial.....	22
SMiK-Arbeitsblatt 3: Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial .....	24
SMiK-Arbeitsblatt 4: Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Menschen .....	26
SMiK-Arbeitsblatt 5: Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Menschen .....	28
SMiK-Arbeitsblatt 6: Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Menschen.....	30
SMiK-Arbeitsblatt 7: Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Nationalität .....	32
SMiK-Arbeitsblatt 8: Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Nationalität .....	34
SMiK-Arbeitsblatt 9: Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Nationalität .....	36
SMiK-Arbeitsblatt 10: Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über das Land und über Produkte aus dem Land .....	38
SMiK-Arbeitsblatt 11: Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über das Land und über Produkte aus dem Land .....	39

SMiK-Arbeitsblatt 12: Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über das Land und über Produkte aus dem Land ..... 40

**4 Bewusstmachung von Stereotypen: „Baue dein Stereotyp“ – Variante a ..... 41**

4.1 Übung zur Bewusstmachung von Stereotypen und Reflexion über Stereotype ..... 41

4.2 Kopiervorlagen der SMiK-Arbeitsblätter zu „Baue dein Stereotyp“ – Variante a: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch? ..... 42

SMiK-Arbeitsblatt 13: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Nationalität)? ..... 43

SMiK-Arbeitsblatt 14: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Land)? ..... 44

**5 Bewusstmachung von Stereotypen: „Baue dein Stereotyp“ – Variante b ..... 45**

5.1 Übung zur Bewusstmachung von Stereotypen und Reflexion über Stereotype in der Werbung ..... 45

5.2 Kopiervorlagen der SMiK-Arbeitsblätter zu „Baue dein Stereotyp“ - Variante b: Stereotype in der Werbung ..... 46

SMiK-Arbeitsblatt 15: Deutsche Autostereotype über das typisch Deutsche, Deutschland und die Deutschen in der Werbung ..... 47

SMiK-Arbeitsblatt 16: Deutsche Heterostereotype über das typisch Dänische, Dänemark und die Dänen in der Werbung ..... 48

SMiK-Arbeitsblatt 17: Dänische Autostereotype über das typisch Dänische, Dänemark und die Dänen in der Werbung ..... 49

SMiK-Arbeitsblatt 18: Dänische Heterostereotype über das typisch Deutsche, Deutschland und die Deutschen in der Werbung ..... 50

**6 Reflexion über Stereotype: Abschließender Vergleich mit den SMiK-Ergebnissen zu „typisch deutsch – typisch dänisch“ ..... 51**

6.1 Abschließende Übungen zur Reflexion über Stereotype und zu einem Vergleich mit den SMiK-Ergebnissen ..... 51

6.2 Kopiervorlagen der SMiK-Arbeitsblätter zu den SMiK-Ergebnissen ..... 54

SMiK-Arbeitsblatt 19: SMiK-Ergebnisse zu Deutschland und Dänemark ..... 60

SMiK-Arbeitsblatt 20: SMiK-Ergebnisse zu den deutschen und den dänischen Männern ..... 62

SMiK-Arbeitsblatt 21: SMiK-Ergebnisse zu den deutschen und den dänischen Frauen ..... 64

SMiK-Arbeitsblatt 22: SMiK-Ergebnisse zu typisch dänisch und typisch deutsch – eher positiv ..... 66

SMiK-Arbeitsblatt 23: SMiK-Ergebnisse zu typisch dänisch und typisch deutsch – eher negativ ..... 68

SMiK-Arbeitsblatt 24: SMiK-Ergebnisse zu Stereotypen für die Werbung ..... 70

SMiK-Arbeitsblatt 25: Die SMiK-Kulturbrille – Reflexion über Stereotype (deutsche Lernende) .....	72
SMiK-Arbeitsblatt 26: Die SMiK-Kulturbrille – Reflexion über Stereotype (dänische Lernende) .....	73

**7 Sprachlich-kulturelle Handlungsmuster ..... 74**

<i>7.1 Sprachlich-kulturelle Handlungsmuster und funktionale Angemessenheit in der deutsch-dänischen Kommunikation .....</i>	<i>74</i>
--	-----------

<i>7.2 Kopiervorlagen der SMiK-Arbeitsblätter 27-30 .....</i>	<i>78</i>
---	-----------

SMiK-Arbeitsblatt 27: Sprachliche Angemessenheit (E-Mail).....	80
--	----

SMiK-Arbeitsblatt 28: Sprachliche Angemessenheit (Telefongespräch).....	82
---	----

SMiK-Arbeitsblatt 29: Kulturelle Handlungsmuster in der Geschäftskommunikation .....	86
--	----

SMiK-Arbeitsblatt 30: Kulturelle Handlungsmuster im Rollenspiel „Restaurantbesuch“ .....	88
--	----

**Bibliographie..... 96**

## Vorwort der Projektleitung

Das Projekt „Nationale Stereotype und Marketingstrategien in der deutsch-dänischen interkulturellen Kommunikation“ (SMiK) beschäftigt sich mit den stereotypen Vorstellungen der Deutschen und der Dänen voneinander. Stereotype fassen wir dabei als Muster für unser Denken und Handeln auf, die durch Sprache und Kultur vorgegeben werden. Die sprachlich-kulturelle Prägung leitet somit unsere Erwartungen, Vorlieben, Vorurteile und Vorstellungen von uns selbst und von anderen und sie bildet die Grundlage für die Begegnung und Interaktion mit Menschen aus anderen Kulturen. Die wechselseitigen Erwartungen und Vorstellungen können dann zu einer Barriere in der interkulturellen Kommunikation und Zusammenarbeit werden, wenn wir negative Eigenschaften stereotypisierend mit einer anderen Nationalität verbinden. Im Gegensatz dazu können positive Stereotype durchaus unsere Vorstellungen, Erwartungen und Entscheidungen positiv beeinflussen.

In dieser Publikation finden Sie Unterrichtsmaterialien zur Bewusstmachung von Stereotypen und Reflexion über nationale Stereotype, die wir im SMiK-Projekt für den Einsatz im Unterricht für Deutsch und Dänisch als Fremdsprachen entwickelt haben. Die Materialien wurden mehrmals im Unterricht für Deutsch und Dänisch als Fremdsprachen getestet und evaluiert sowie z.T. im Unterricht des Deutschen und des Dänischen als Erstsprache. Eine ausführliche Dokumentation der Entstehung der SMiK-Unterrichtsmaterialien, ihrer theoretischen Fundierung, Erprobung und Evaluation finden Sie unter „Projektresultate“ auf der Projekthomepage ([www.stereotypenprojekt.eu](http://www.stereotypenprojekt.eu)).

Nicht nur im Fremdsprachenunterricht sollten Stereotype thematisiert werden. Eine mögliche Herangehensweise in der didaktischen Implementierung der im SMiK-Projekt gewonnenen und wissenschaftlich abgesicherten Erkenntnisse über Stereotype ist ihre Behandlung im jeweiligen Unterricht des Deutschen oder des Dänischen als Erstsprache, um eine Sensibilisierung zu beginnen, die im Fremdsprachenunterricht weiter vertieft werden kann. Die im SMiK-Projekt ausgearbeiteten Materialien mit einer Zuordnung zu den nationalen Bildungsstandards für Deutsch als Erstsprache in Deutschland befinden sich ebenfalls auf der Projekthomepage unter „Projektresultate“.

Die letzte Unterrichtseinheit enthält Übungen mit ausgewählten Beispielen zur deutsch-dänischen Geschäftskommunikation und zu funktional angemessenem Handeln. Diese Materialien können ebenfalls im Erstsprachenunterricht eingesetzt werden. Im SMiK-Projekt haben wir zudem zweisprachige Unterrichtsmaterialien zu deutsch-dänischen Geschäftskommunikation ausgearbeitet. Auch diese Materialien befinden sich auf der Projekthomepage unter „Projektresultate“.

Wir verstehen die hier präsentierten Übungen als Anregung zur weiteren Arbeit mit Themen wie Selbst- und Fremdbild, Identität, aber auch für die Wortschatzarbeit, nicht nur in den Fächern Deutsch und Dänisch als Fremdsprachen, sondern auch in anderen Fächern und fächerübergreifenden Projekten. Wir wünschen uns daher, dass Sie sich von unseren Materialien inspirieren lassen, sie kritisch und kreativ abändern, anpassen und weiterentwickeln. Über eine Rückmeldung zu Ihren Ergebnissen an [kilian@germsem.uni-kiel.de](mailto:kilian@germsem.uni-kiel.de) würden wir uns sehr freuen.

Die als Autorinnen und Autoren dieser Publikation namentlich angeführten SMiK-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter zeichnen als Hauptverantwortliche für die Ausarbeitung dieser Unterrichtsmaterialien. Die Materialien sind zudem mehrfach auf den Projektsitzungen des SMiK-Projekts kritisch-konstruktiv diskutiert worden, wobei auch andere SMiK-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter Ideen zur Gestaltung und Änderungsvorschläge aufgeworfen haben, die das Autorenteam zu Teil aufgegriffen und eingearbeitet hat. Bei den Unterrichtsmaterialien zugrunde liegenden wissenschaftlichen Untersuchungen haben ebenfalls auch weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mitgewirkt. Dass die Unterrichtsmaterialien in dieser Form entstanden sind, ist daher auch eine gemeinschaftliche Leistung des gesamten SMiK-Projektteams. Wir möchten an dieser Stelle unseren Dank an das ganze SMiK-Team für ihren großen Einsatz während der Projektlaufzeit aussprechen. Insbesondere danken wir Annika Hofmann, Klaus Geyer und Paul Benz für das zeitaufwendige Korrekturlesen in der Endphase der Bearbeitung.

Odense und Kiel im Juni 2015

Erla Hallsteinsdóttir und Jörg Kilian

# 1 Einleitung

Diese Unterrichtsmaterialien zur Bewusstmachung von nationalen Stereotypen wurden auf der Grundlage der Forschungsergebnisse des SMiK-Projekts erstellt. Die Materialien bestehen aus Kopiervorlagen für die Arbeitsblätter, die wir im SMiK-Projekt entwickelt haben und einer Kurzbeschreibung der Übungen als Anleitung für die Lehrkraft.

Das übergeordnete Ziel der Übungen ist es, bei den Lernenden ein Bewusstsein über sprachlich gebundene Stereotype über das eigene Land (Autostereotype) und andere Länder (Heterostereotype) zu wecken und sie zu einer kritischen Reflexion über mit der Sprache tradierte und erworbene stereotype Vorstellungen anzuleiten. Dazu sollen die Lernenden ihre eigenen Stereotype mit den verschiedenen Ansichten der (anderen) Lernenden kritisch vergleichen und so ihr Bewusstsein für kulturbedingte Unterschiede und Gemeinsamkeiten sensibilisieren. Im Anschluss an die Übungen sollte unbedingt auch ein Vergleich mit den Ergebnissen des SMiK-Projekts zu den aktuellen deutsch-dänischen Stereotypen erfolgen. Diese Ergebnisse stammen aus einer großen Fragebogenuntersuchung zu „typisch deutsch – typisch dänisch“ und sie wurden für die Unterrichtsmaterialien auf Arbeitsblättern aufbereitet.

Bei den Übungen ist darauf zu achten, dass die Lernenden die Befunde des SMiK-Projekts nicht als „Lösungsschlüssel“ begreifen. Es gibt im Zusammenhang mit dem Ziel der Bewusstmachung nationaler Stereotype und ihrer sprachlichen Einfassung keine Bewertung der Schülerleistungen in Form von „richtigen“ oder „falschen“ Adjektiv-Zuordnungen. Im Vordergrund steht vielmehr die Erkenntnis, dass an die sprachliche Bezeichnung einer Nationalität zumeist in Form von Adjektiven versprachlichte Stereotype gebunden sind, die nicht Realitäten widerspiegeln, sondern kulturell und historisch gewachsene „Weltansichten“ repräsentieren. Und eine weitere Erkenntnis sollen die Lernenden gewinnen: Dass sie diese sprachlich gebundenen Stereotype nicht durch eigene Erfahrung oder gar wissenschaftliche Überprüfung erworben, sondern offenbar unreflektiert im Spracherwerb übernommen haben. Die Übungen auf den **SMiK-Arbeitsblättern 1-26** sollen ihnen daher Wege der nachträglichen Reflexion eröffnen.

Die **SMiK-Arbeitsblätter 27-30** bilden eine Unterrichtseinheit mit Übungen zur deutsch-dänischen Kommunikation. Diese Übungen enthalten ausgewählte Beispiele zur Geschäftskommunikation und zu funktional angemessenem Handeln im Sinne von einer Anpassung des Handelns an die jeweilige Kommunikationssituation. Diese Materialien können auch im Erstsprachenunterricht eingesetzt werden. Im SMiK-Projekt haben wir zudem zweisprachige Unterrichtsmaterialien zu deutsch-dänischen Geschäftskommunikation ausgearbeitet. Diese Materialien befinden sich auf der Projekthomepage unter „Projektresultate“.



Jedes Arbeitsblatt mit Übungen beinhaltet eine ergebnissichernde Komponente. Daher können die Übungen einzeln verwendet werden. Wir empfehlen jedoch, die Übungen im Rahmen einer Unterrichtseinheit einzusetzen, die mehrere Einzelstunden mit folgendem Ablauf umfasst:

- (1) **Aktivierungsübung:** Erfassung der nationalen Stereotype, die kollektiv in einer Kultur vorhanden sind und bei den Lernenden existieren.
- (2) **Erarbeitung von Wortschatz** für die Arbeit mit nationalen Stereotypen mit Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial, das auf der Basis der SMiK-Untersuchungen empirisch erarbeitet wurde.
- (3) **Bewusstmachung** von Stereotypen: eines der beiden Module „Baue dein Stereotyp“ oder „Typisch deutsch – typisch dänisch“, in denen mit den eigenen stereotypen Vorstellungen der Lernenden gearbeitet wird.
- (4) **Reflexion** über Stereotype durch den Vergleich der eigenen Arbeit mit den Ergebnissen des SMiK-Projekts zu den aktuellen deutsch-dänischen Stereotypen als Anregung zur kritischen Auseinandersetzung mit Stereotypen.

Auf den nächsten drei Seiten finden Sie Vorschläge für drei unterschiedliche Unterrichtseinheiten, die mit den Arbeitsblättern zusammengestellt werden können:

## 1.1 Unterrichtseinheit 1: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Nationalität)?

- (1) **Aktivierungsübung:** „Was ist typisch deutsch und dänisch?“ In dieser Übung werden die angenommenen kollektiven Vorstellungen der Dänen über sich selbst und über Deutsche und umgekehrt gesammelt (→ Kap. 2).
- (2) **Erarbeitung von Wortschatz** durch eine Übung mit dem SMiK-Stereotypedifferenzial (→ Kap. 3). Variante a (wenig Sprachkenntnisse), Variante b (fortgeschrittene Lernende) oder eine Kombination von Variante a und b:
  - a. Grundwortschatz A1/A2 → eine Variante von den **SMiK-Arbeitsblättern 1-3**.
  - b. Grundwortschatz B1+ zuzüglich ausgewählte themenrelevante Adjektive aus den SMiK-Untersuchungen → eine Variante von den **SMiK-Arbeitsblättern 7-9: Stereotype über die Nationalität** – oder, wenn hier die Eigenschaften der Menschen der jeweiligen Nation im Mittelpunkt stehen sollen, eine Variante von den **SMiK-Arbeitsblättern 4-6: Stereotype über die Menschen**.
- (3) **Bewusstmachung** anhand vom **SMiK-Arbeitsblatt 13**: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Nationalität)? Es handelt sich um eine Übung zur Bewusstmachung der **eigenen** stereotypen Vorstellungen der Lernenden und eine Reflexion über nationale Stereotype.
- (4) **Reflexion und Vergleich der eigenen Stereotype mit den SMiK-Ergebnissen:** die Lernenden sollen entweder die **SMiK-Arbeitsblätter 22 und 23** oder – wenn es um die Eigenschaften der Menschen der jeweiligen Nation geht – die **SMiK-Arbeitsblätter 20 und 21** bearbeiten (→ Kap. 6). Zusätzlich sollten den Lernenden die Ergebnisse auf den anderen Arbeitsblättern in einem Vortrag oder einer Diskussionsrunde präsentiert werden.
- (5) **Reflexion mit der SMiK-Kulturbrille:** Die Unterrichtseinheit sollte mit einer Reflexion über das Verhältnis zwischen Eigen- und Fremdbildern (Auto- und Heterostereotype) und der eigenen sprachlich-kulturell geprägten Weltansicht abgeschlossen werden: **SMiK-Arbeitsblatt 25** (deutsche Lernende) oder **SMiK-Arbeitsblatt 26** (dänische Lernende).

## 1.2 Unterrichtseinheit 2: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Land)?

- (1) **Aktivierungsübung:** „Was ist typisch deutsch und dänisch?“ (→ Kap. 2), in der die angenommenen kollektiven Vorstellungen der Dänen über sich selbst und über Deutsche und umgekehrt gesammelt werden
- (2) **Wortschatzübung** mit dem SMiK-Stereotypedifferenzial (→ Kap. 3), Variante a (wenig Sprachkenntnisse), b (fortgeschrittene Lernende) oder eine Kombination von Variante a und b:
  - a. Grundwortschatz A1/A2 → eine Variante von den **SMiK-Arbeitsblättern 1-3**.
  - b. Grundwortschatz B1+ zuzüglich ausgewählte themenrelevante Adjektive aus den SMiK-Untersuchungen → eine Variante von den **SMiK-Arbeitsblättern 7-9: Stereotype über die Nationalität** – oder, wenn hier Vorstellungen über Produkte und Eigenschaften der jeweiligen Nation im Mittelpunkt stehen sollen, kann ggf. eine Variante von den **SMiK-Arbeitsblättern 10-12: Stereotype über das Land und über Produkte aus dem Land** verwendet werden.
- (3) **Bewusstmachung** anhand von **SMiK-Arbeitsblatt 14**: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Land)? Es handelt sich um eine Übung zur Bewusstmachung der **eigenen** stereotypen Vorstellungen der Lernenden und eine Reflexion über nationale Stereotype (→ Kap. 4).
- (4) **Reflexion und Vergleich der eigenen Stereotype mit den SMiK-Ergebnissen:** die Lernenden sollten entweder das **SMiK-Arbeitsblatt 19** oder – wenn es um Stereotype über das Land und über Produkte aus dem Land – das **SMiK-Arbeitsblatt 24** bearbeiten (→ Kap. 6). Zusätzlich sollten den Lernenden die Ergebnisse auf den anderen Arbeitsblättern in einem Vortrag oder einer Diskussionsrunde präsentiert werden.
- (5) **Reflexion mit der SMiK-Kulturbrille:** Die Unterrichtseinheit sollte mit einer Reflexion über das Verhältnis zwischen Eigen- und Fremdbildern (Auto- und Heterostereotype) und der eigenen sprachlich-kulturell geprägten Weltansicht abgeschlossen werden: **SMiK-Arbeitsblatt 25** (deutsche Lernende) oder **SMiK-Arbeitsblatt 26** (dänische Lernende).

## 1.3 Unterrichtseinheit 3: Stereotype in der Werbung

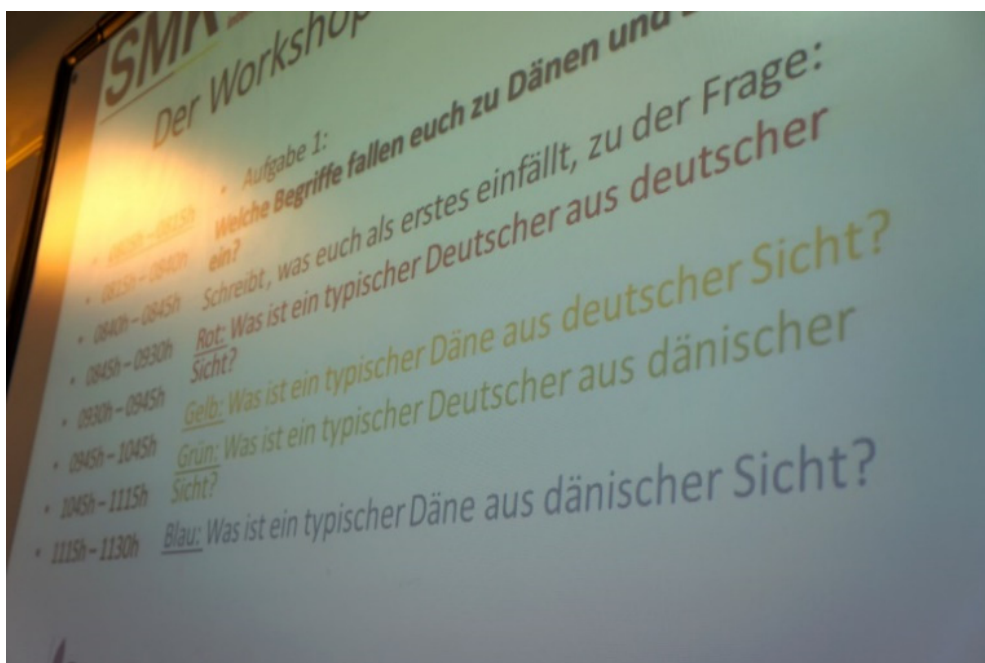
- (1) **Aktivierungsübung:** „Was ist typisch deutsch und dänisch?“, in der die angenommenen kollektiven Vorstellungen der Dänen über sich selbst und über Deutsche und umgekehrt gesammelt werden (→ Kap. 2).
- (2) **Wortschatzübung** mit dem SMiK-Stereotypedifferenzial (→ Kap. 3), Variante a (wenig Sprachkenntnisse), b (fortgeschrittene Lernende) oder eine Kombination von Variante a und b:
  - a. Grundwortschatz A1/A2 → eine Variante von den **SMiK-Arbeitsblättern 1-3**.
  - b. Grundwortschatz B1+ zuzüglich ausgewählte themenrelevante Adjektiven aus den SMiK-Untersuchungen → eine Variante von den **SMiK-Arbeitsblättern 10-12: Stereotype über das Land und über Produkte aus dem Land** – oder, wenn hier Vorstellungen über Eigenschaften der jeweiligen Nationalität im Mittelpunkt stehen sollen, sollte ggf. eine Variante von den **SMiK-Arbeitsblättern 7-9: Stereotype über die Nationalität** verwendet werden.
- (3) **Bewusstmachung** anhand einer Variante der **SMiK-Arbeitsblätter 15-16** (deutsche Lernende) oder **17-18** (dänische Lernende) zu Stereotypen in der Werbung (→ Kap. 5). Es handelt sich um eine Übung zur Bewusstmachung der **eigenen** stereotypen Vorstellungen der Lernenden und eine Reflexion über die Verwendung von nationalen Stereotypen in der Werbung.
- (4) **Reflexion und Vergleich der eigenen Stereotype mit den SMiK-Ergebnissen:** die Lernenden sollten entweder das **SMiK-Arbeitsblatt 24** oder – wenn es um Stereotype über die jeweilige Nationalität – das **SMiK-Arbeitsblatt 19** bearbeiten (→ Kap. 6). Zusätzlich sollten den Lernenden die Ergebnisse auf den anderen Arbeitsblättern in einem Vortrag oder einer Diskussionsrunde präsentiert werden.
- (5) **Reflexion mit der SMiK-Kulturbrille:** Die Unterrichtseinheit sollte mit einer Reflexion über das Verhältnis zwischen Eigen- und Fremdbildern (Auto- und Heterostereotype) und der eigenen sprachlich-kulturell geprägten Weltansicht abgeschlossen werden: **SMiK-Arbeitsblatt 25** (deutsche Lernende) oder **SMiK-Arbeitsblatt 26** (dänische Lernende).

## 2 Aktivierungsübung: „Was ist typisch deutsch und typisch dänisch?“

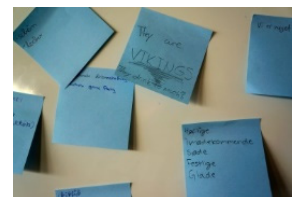
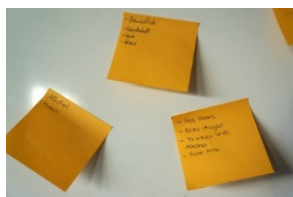
Zur Einstimmung auf die Arbeit mit Stereotypen führen die Lernenden zuerst eine Übung durch, in der sie die eigenen stereotypen Vorstellungen von sich selbst als Mitglieder einer Nation (Autostereotype), von Mitgliedern der anderen Nationalität (Heterostereotype) und zu den angenommenen Vorstellungen der Anderen von der eigenen Nationalität (Spiegelstereotype) angeben sollen.

Die Fragen für die Aufgabenstellung sind:

- Was ist für Deutsche „typisch deutsch“?
- Was ist für Deutsche „typisch dänisch“?
- Was ist für Däninnen und Dänen „typisch deutsch“?
- Was ist für Däninnen und Dänen „typisch dänisch“?



Die Lernenden schreiben ihre Stereotype auf verschiedenfarbige Klebezettel wie auf den Fotos<sup>1</sup> auf. Für jede Frage wird eine eigene Farbe verwendet.

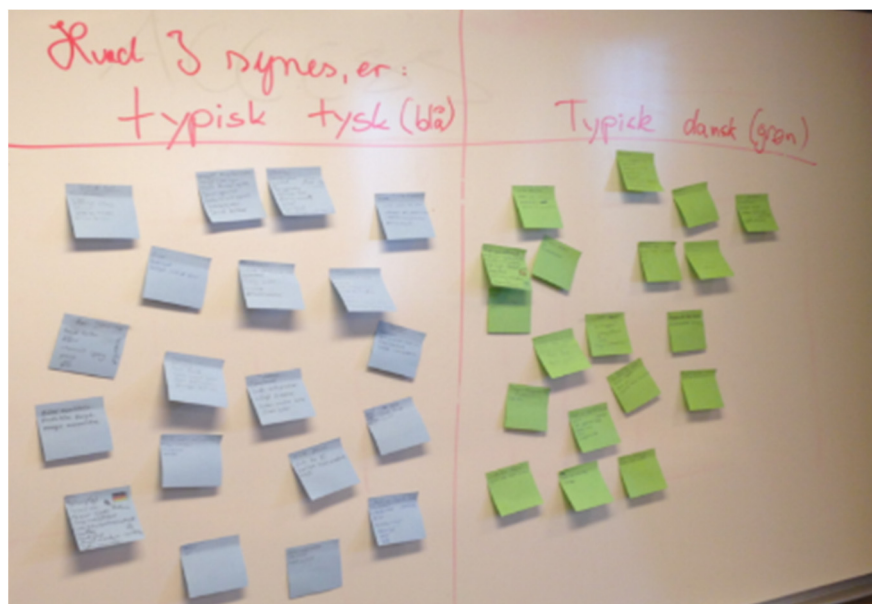


<sup>1</sup> Fotos: Katarina Le Müller & Philipp Baunsgaard Koll.

Die Lernenden bringen die Zettel anschließend nach Farbe sortiert an der Tafel oder der Wand an.



Hier sollte bereits eine erste inhaltliche Gruppierung der stereotypen Vorstellungen auf den Zetteln erfolgen, um einen späteren Vergleich und eine Diskussion über die in der Lerngruppe vorhandenen Stereotype vorzubereiten.



Nach dieser Übung sollte mindestens eine der folgenden Übungen zum SMiK-Differenzial (Kap. 3) sowie eines der beiden Module „Baue dein Stereotyp“ (Kap. 4) oder „Typisch deutsch – typisch dänisch“ (Kap. 5) bearbeitet werden. Abschließend sollen die Angaben auf den Zetteln der Lernenden mit den Ergebnissen aus dem SMiK-Projekt verglichen werden (Kap. 6).

## 3 Wortschatzübungen mit dem SMiK-Stereotypedifferenzial

### 3.1 Das SMiK-Stereotypedifferenzial

Ein semantisches Differenzial ist eine übliche Methode, um sprachlich gebundene Stereotype zu erheben. Ein solches Stereotypedifferenzial enthält in der Regel Adjektive, die als Eigenschaften einem gegebenen Stichwort (z.B. *dänisch, Dänemark* bzw. *deutsch, Deutschland*) zugewiesen werden sollen. Das semantische Differenzial ist daher sehr eng mit dem lexikalisch gebundenen Bedeutungswissen verbunden. Die Adjektive in den folgenden Übungen sind aus den Textanalysen und Fragebogenerhebungen im SMiK-Projekt hervorgegangen, d.h. sie sind empirisch fundiert.

Der Einsatz eines Stereotypedifferenzials dient vor allem dazu, festzustellen, ob unterschiedliche Sprechergruppen, z.B. Lernende unterschiedlicher sozialer, kultureller, ethnischer, regionaler Herkunft und/oder unterschiedlichen Alters und Bildungsgrads, unterschiedliche Einstellungen mit der genannten Nationalität verbinden. Die kritischen Aspekte eines solchen Verfahrens sollen nicht verborgen bleiben: Wiewohl die hier verwendeten Adjektive durch empirische Untersuchungen gewonnen wurden, unterstellen sie eine mehr oder weniger feste, mehr oder weniger abgeschlossene und mehr oder weniger enzyklopädisch verifizierbare Korrelation zwischen sämtlichen Mitgliedern ganzer Nationen und bestimmten Eigenschaften. Dies ist ebenfalls eine Erkenntnis, die die Lernenden erarbeiten sollen: Ein solches Differenzial kann auch dazu dienen, die einzelnen Eigenschaften empirisch in Frage zu stellen. Denn hier gilt: Es gibt kein „richtig“ oder „falsch“.

Das Ziel der folgenden Übungen ist, dass sich die Lernenden den Wortschatz für die Arbeit mit deutsch-dänischen nationalen Stereotypen erarbeiten. Die Übungen haben zudem das Ziel, die existierenden sprachlich gebundenen nationalen Stereotype der Lernenden zu ermitteln. Als Grundlage für die Übungen dient eine Liste von Adjektiven, die als Eigenschaften in den Fragebogenuntersuchungen und Textanalysen des SMiK-Projekts häufig vorkommen.

Um die Erarbeitung gegensätzlicher Eigenschaften zu ermöglichen, wurden die Adjektivlisten ggf. durch Gegensatzwörter ergänzt. Es gehört zur Wortschatzarbeit, dass die Lernenden die Polaritätsprofile der Adjektive durch die Zuordnung von jeweils einem Gegensatzwort vervollständigen sollen. Nicht immer ist jedoch ein Adjektiv als Gegensatzwort in beiden Sprachen vorhanden (DE: *berufstätig* - ? / DK: *hjemmegående* - *udearbejdende* (?)). Die Thematisierung des Fehlens von Adjektiven für bestimmte Eigenschaften sollte zur Diskussion der Wortschatzarbeit gehören. Ein weiterer, wichtiger Aspekt der Wortschatzarbeit ist der Vergleich des Bedeutungsumfanges der Adjektive in der Erst- und Fremdsprache. Hier sollen auch assoziative semantische Stereotype, ggf. fehlende Adjektive (siehe oben),

kulturspezifische Bedeutungen und die Übersetzbarkeit von Wörtern thematisiert werden, z.B. bei den Wortpaaren (DE: *nationalistisch* – DK: *nationalistisk* und DE: *gemütlich* - DK: *hyggelig*).

Für die Übungen gibt es Kopiervorlagen der SMiK-Arbeitsblätter zur Wortschatzarbeit in unterschiedlichen Varianten (genauere inhaltliche Beschreibung finden Sie zu den einzelnen Arbeitsblättern weiter unten), in denen die Adjektive zielgerichtet auf unterschiedliche Sachfelder konzentriert sind, z.B. das Sachfeld „Aussehen“ oder das Sachfeld „Verhalten“. Des Weiteren werden ein- und zweisprachige Kopiervorlagen für den Unterricht des Deutschen und Dänischen als Fremdsprachen geboten, um das Bedeutungswissen sowohl in der Erstsprache als auch in der Fremdsprache zu aktivieren.

Die Adjektivarbeitsblätter können einsprachig oder mehrsprachig eingesetzt sowie nach der Sprachkompetenz der Lernenden gewichtet werden. Die Adjektive konzentrieren sich in den Sachfeldern, die für die jeweiligen Themenbereiche auf den Arbeitsblättern relevant sind. Daher ist es durchaus sinnvoll, mehr als nur ein Arbeitsblatt für den Unterricht einzuplanen. Es bietet sich z.B. an, bei der Wortschatzarbeit mit einem der ersten drei Arbeitsblätter aus dem A1/A2-Wortschatzbereich anzufangen (**SMiK-Arbeitsblatt 1-3**) und danach eines oder mehrere der anderen themenspezifischen Arbeitsblätter zu bearbeiten. Die Auswahl sollte sich thematisch nach dem geplanten Modul von „Baue dein Stereotyp“ (Kap. 4 und 5) richten.

### **Wichtige Informationen zu Aufgabe 3:**

Bei der Verwendung der Adjektiv-Arbeitsblätter als ein Teil von einer Unterrichtseinheit zu Stereotypen kann Aufgabe 3 ggf. weggelassen werden. Diese Aufgabe dient der Ergebnissicherung, wenn die Adjektiv-Arbeitsblätter als selbstständige Übungen eingesetzt werden.

Die Aufgabenstellung für Aufgabe 3 ist bewusst offen gelassen worden, denn die Entscheidungen über die Länge des zu schreibenden Textes, eine genaue Spezifizierung der Textsorte und die Anzahl der zu verwendeten Adjektive hängen stark vom sprachlichen Niveau und der Textsortenkompetenz der Lernenden ab. Sie kennen als Lehrkraft Ihre Lernenden am besten, daher überlassen wir Ihnen diese Entscheidungen.

Bei der Verwendung der Adjektiv-Arbeitsblätter als selbstständige Übungen mit Aufgabe 3 als Ergebnissicherung ist es sehr wichtig, abschließend eine Diskussion über Stereotype durchzuführen. Ohne eine Reflexion über die Funktion und Wirkung von Stereotypen besteht die Gefahr, dass existierende Stereotype unbewusst bleiben und verstärkt werden. Eine Inspiration und Materialien für die abschließende Diskussion finden Sie im Kap. 6.



In den Übungen sollen Wörterbücher benutzt werden. Die einsprachigen Lernwörterbücher für Deutsch sind hier zu empfehlen. Als Alternativen können folgende, online verfügbare Wörterbücher und Portale benutzt werden:

### **Für Deutsch**

- Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache: [www.dwds.de](http://www.dwds.de)
- Duden online: [www.duden.de](http://www.duden.de)
- Deutsches Korpus des Projekts Deutscher Wortschatz: [www.wortschatz.uni-leipzig.de](http://www.wortschatz.uni-leipzig.de) (Angabe von Synonymen und Bedeutungsgruppen sowie für das Nachschlagen von Kombinationsmöglichkeiten von Wörtern für die Schreibübungen)

### **Für Dänisch**

- Portal der dänischen Sprach- und Literaturgesellschaft: [www.sproget.dk](http://www.sproget.dk) mit u.a. Dansk Synonymordbog und Den Danske Ordbog: <http://ordnet.dk/ddo>.
- Dänisches Korpus des Projekt Deutscher Wortschatz, das insbesondere für das Nachschlagen von Kombinationsmöglichkeiten von Wörtern für die Schreibübungen geeignet ist: [http://wortschatz.uni-leipzig.de/ws\\_spezial/?dict=dan\\_mixed\\_2012](http://wortschatz.uni-leipzig.de/ws_spezial/?dict=dan_mixed_2012).

### **Zweisprachig deutsch-dänisch**

- Deutsch-dänisches / Dänisch-deutsches Wörterbuch: [www.pons.de](http://www.pons.de)
- Das bezahlpflichtige Portal von Ordbogen.com: [www.ordbogen.com](http://www.ordbogen.com)
- Das bezahlpflichtige Portal von Gyldendal: <https://ordbog.gyldendal.dk/>

## 3.2 Kopiervorlagen der Arbeitsblätter zum SMiK-Differenzial

Die **SMiK-Arbeitsblätter 1-3** enthalten Adjektive aus dem SMiK-Differenzial, die zum Grundwortschatz A1/A2 des GeR<sup>2</sup> gehören. Als Grundlage für die Zuordnung diene die Einordnung des Wortschatzes zu den Niveaustufen des GeR vom Goethe-Institut<sup>3</sup>. Um die Polarität des Differenzials zu sichern, wurden den Adjektiven zudem Gegensatzwörter zugeordnet, die jedoch nicht alle im A1/A2-Bereich des Grundwortschatzes zu finden sind.

Die **SMiK-Arbeitsblätter 4-6: Stereotype über Deutsche und Dänen**, die **SMiK-Arbeitsblätter 7-9: Stereotype über die Nationalität** und die **SMiK-Arbeitsblätter 10-12: Stereotype über das Land bzw. über Produkte aus dem Land** enthalten Adjektive aus dem SMiK-Differenzial, die zum Grundwortschatz Niveau B1/B2 des GeR gehören. Als Grundlage für die Zuordnung diene die Einordnung des Wortschatzes zu den Niveaustufen des GeR vom Goethe-Institut. Zusätzlich wurden besonders häufige Nennungen zu den für die Arbeitsblätter relevanten Sachfeldern aus den SMiK-Fragebogenuntersuchungen und Gegensatzwörter der Adjektive aufgenommen, um die Polarität des Differenzials zu sichern.

### Arbeitsblatt 1-3: SMiK-Differenzial

- **SMiK-Arbeitsblatt 1:** Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial
- **SMiK-Arbeitsblatt 2:** Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial
- **SMiK-Arbeitsblatt 3:** Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial

### Arbeitsblatt 4-6: Stereotype über Deutsche und Dänen mit den Ausgangsfragen

- „Wie sind die Dänen: Was kennzeichnet eine typische Dänin und einen typischen Dänen?“*
  - „Wie sind die Deutschen: Was kennzeichnet eine typische Deutsche und einen typischen Deutschen?“*
- **SMiK-Arbeitsblatt 4:** Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial: Stereotype über die Menschen

---

<sup>2</sup> **Der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen: Lernen, lehren, beurteilen.** [www.goethe.de/z/50/commeuro/i0.htm](http://www.goethe.de/z/50/commeuro/i0.htm).

<sup>3</sup> Glaboniat, Manuela/Perlmann-Balme, Michaela/Studer, Thomas. 2012. **Zertifikat B1. Deutschprüfung für Jugendliche und Erwachsene. Wortschatz, Strukturen.** München.

- **SMiK-Arbeitsblatt 5:** Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial: Stereotype über die Menschen
- **SMiK-Arbeitsblatt 6:** Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial: Stereotype über die Menschen

### **Arbeitsblatt 7-9: Stereotype über die Nationalität mit den Ausgangsfragen**

a) *„Was ist typisch dänisch?“*

b) *„Was ist typisch deutsch?“*

- **SMiK-Arbeitsblatt 7:** Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial: Stereotype über die Nationalität
- **SMiK-Arbeitsblatt 8:** Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial: Stereotype über die Nationalität
- **SMiK-Arbeitsblatt 9:** Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial: Stereotype über die Nationalität

### **Arbeitsblatt 10-12: Stereotype über das Land bzw. über Produkte aus dem Land mit den Ausgangsfragen**

a) *„Was ist typisch für Dänemark?“ „Was ist typisch für Deutschland?“*

b) *„Was ist typisch für deutsche Produkte?“ „Was ist typisch für dänische Produkte?“*

- **SMiK-Arbeitsblatt 10:** Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial: Stereotype über das Land bzw. über Produkte aus dem Land
- **SMiK-Arbeitsblatt 11:** Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial: Stereotype über das Land bzw. über Produkte aus dem Land
- **SMiK-Arbeitsblatt 12:** Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial: Stereotype über das Land bzw. über Produkte aus dem Land

## SMiK-Arbeitsblatt 1: Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende dänische Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Schreibt Texte für einen Reiseführer, in dem die Staaten Europas vorgestellt werden. Der eine Text soll die Überschrift tragen: „Typisches über Deutschland“, der andere „Typisches über Dänemark“. Nutzt für Eure Texte Adjektive, die das Typische für das Land zum Ausdruck bringen.

*unhöflich*

*schön*

*glücklich*

*freundlich*

*unsportlich*

*sympathisch*

*offen*

*modern*

*sportlich*

*interessant*

*kulturell*

*unsympathisch*

*unfreundlich*

*kulturlos*

*fit*

*langweilig*

*faul*

*rothaarig*

*teuer*

*preiswert*

*unglücklich*

*blond*

*hübsch*

*hässlich*

*pünktlich*

*altmodisch*

*höflich*

*dunkelhaarig*

*billig*

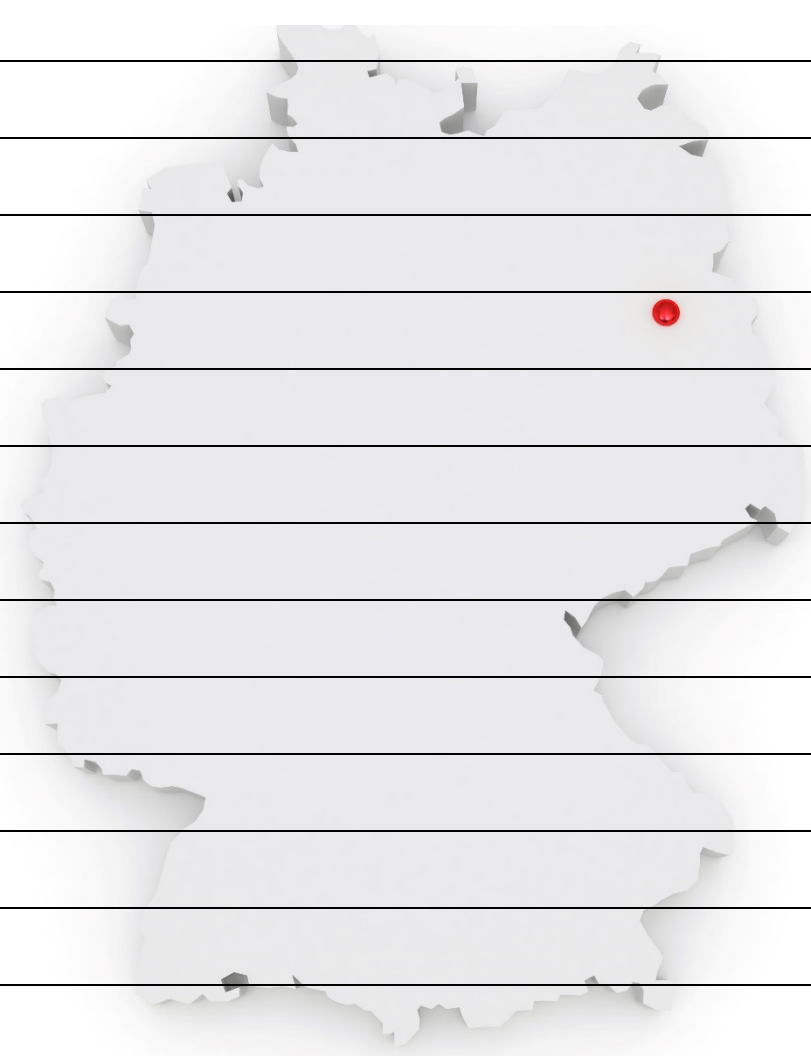
*schlank*

*verschlossen*

*fleißig*

*dick*

*unpünktlich*



## SMiK-Arbeitsblatt 2: Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende deutsche Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Schreibt Texte für einen Reiseführer, in dem die Staaten Europas vorgestellt werden. Der eine Text soll die Überschrift tragen: „Typisches über Deutschland“, der andere „Typisches über Dänemark“. Nutzt für Eure Texte Adjektive, die das Typische für das Land zum Ausdruck bringen.

*smuk*

*kulturel*

*upræcis*

*lykkelig*

*slank*

*kulturløs*

*uhøflig*

*gammeldags*

*usympatisk*

*åben*

*billig*

*venlig*

*rødhåret*

*usportslig*

*køn*

*høflig*

*blond*

*punktlig*

*doven*

*uvenlig*

*mørkhåret*

*sporty*

*tyk*

*ulykkelig*

*kedelig*

*sympatisk*

*interessant*

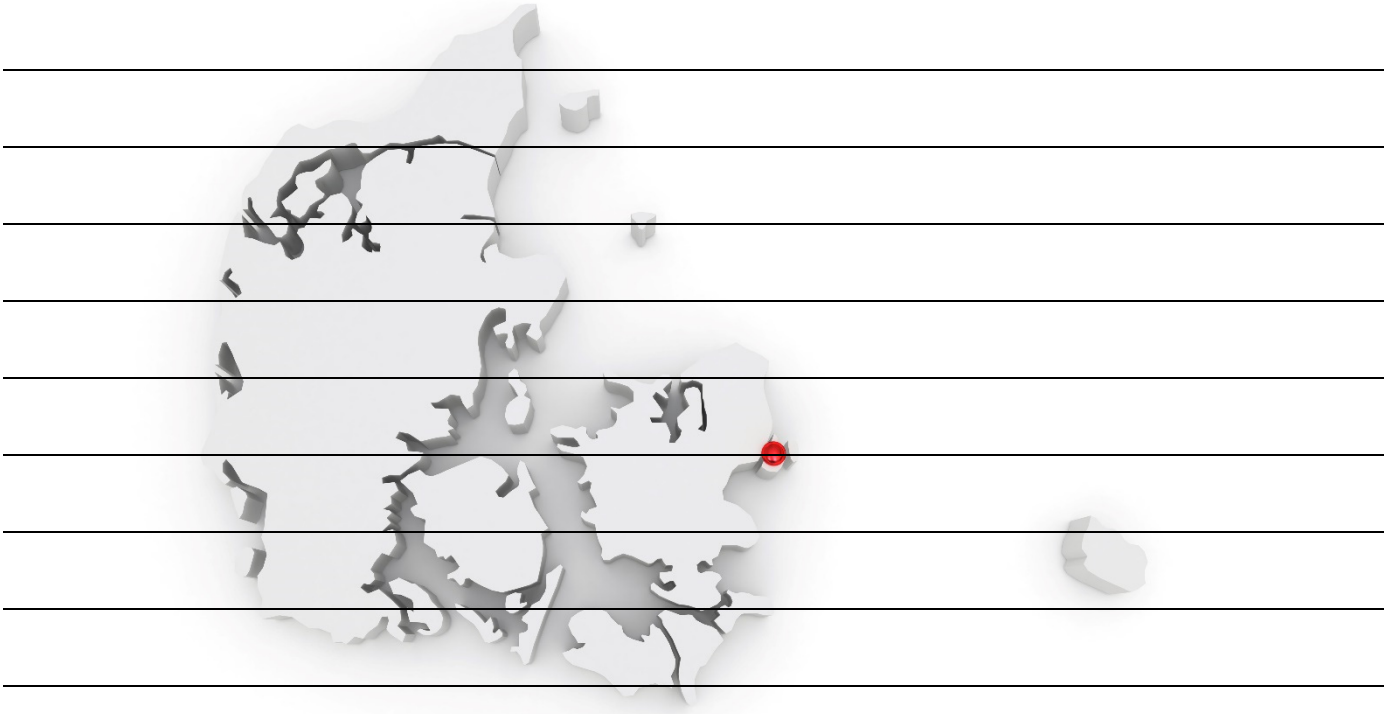
*lukket*

*grim*

*moderne*

*flittig*

*dyr*



## SMiK-Arbeitsblatt 3: Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende dänische/deutsche Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Schreibt Texte für einen Reiseführer, in dem die Staaten Europas vorgestellt werden. Der eine Text soll die Überschrift tragen: „Typisches über Deutschland“, der andere „Typisches über Dänemark“. Nutzt für Eure Texte Adjektive, die das Typische für das Land zum Ausdruck bringen.

*billig*

*preiswert*

*dunkelhaarig*

*rothaarig*

*usportslig*

*kedelig*

*moderne*

*kulturlos*

*tyk*

*slank*

*teuer*

*blond*

*unsympathisch*

*uhøflig*

*offen*

*venlig*

*sporty*

*fleißig*

*hässlich*

*faul*

*interessant*

*gammeldags*

*kulturell*

*pünktlich*

*uvenlig*

*hübsch*

*schön*

*høflig*

*lukket*

*upræcis*

*sympatisk*





## SMiK-Arbeitsblatt 4: Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Menschen

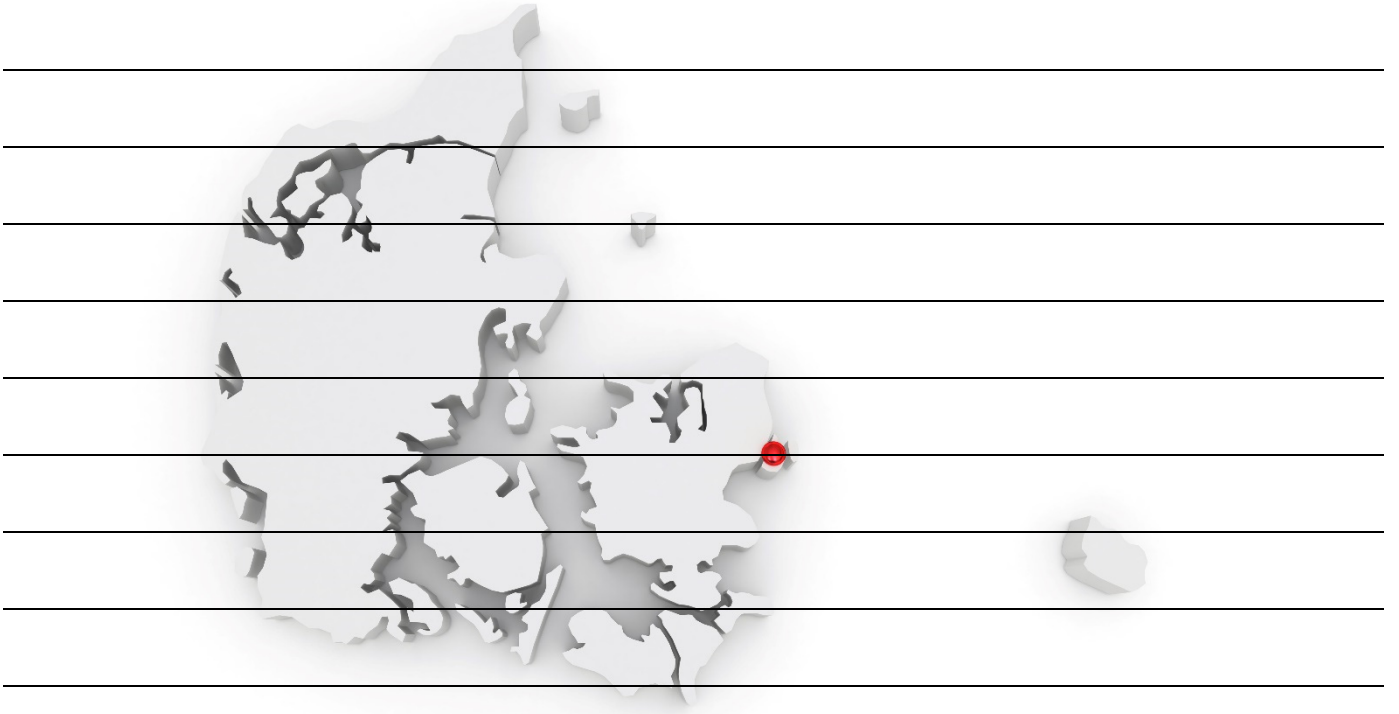
**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende dänische Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Schreibt einen Text mit der Überschrift „Wir und die Anderen“ für das „Schüleraustausch-Portal“ (<http://www.schueleraustausch-portal.de>). Nutzt für Euren Text Adjektive, die das Typische zum Ausdruck bringen. Im Text sollt Ihr folgende Fragen beantworten:

- „Wie sind die Dänen: Was kennzeichnet eine typische Dänin und einen typischen Dänen?“
- „Wie sind die Deutschen: Was kennzeichnet eine typische Deutsche und einen typischen Deutschen?“

	<i>steif</i>		<i>groß</i>		<i>formell</i>
<i>selbstbewusst</i>			<i>zurückhaltend</i>		<i>freundlich</i>
	<i>inkorrekt</i>		<i>unordentlich</i>		<i>ungemütlich</i>
<i>faul</i>		<i>unkritisch</i>		<i>hübsch</i>	<i>informell</i>
	<i>ordentlich</i>		<i>fleißig</i>	<i>entspannt</i>	<i>gemütlich</i>
<i>klein</i>	<i>gelassen</i>		<i>dick</i>	<i>angespannt</i>	<i>arbeitsam</i>
	<i>korrekt</i>		<i>schlank</i>		<i>unfreundlich</i>
<i>hässlich</i>		<i>hilfsbereit</i>		<i>unsicher</i>	<i>modebewusst</i>



## SMiK-Arbeitsblatt 5: Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Menschen

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende deutsche Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Schreibt einen Text mit der Überschrift „Wir und die Anderen“ für das „Schüleraustausch-Portal“ (<http://www.schueleraustausch-portal.de>). Nutzt für Euren Text Adjektive, die das Typische zum Ausdruck bringen. Im Text sollt Ihr folgende Fragen beantworten:

- „Wie sind die Dänen: Was kennzeichnet eine typische Dänin und einen typischen Dänen?“
- „Wie sind die Deutschen: Was kennzeichnet eine typische Deutsche und einen typischen Deutschen?“

*tynd*

*sød*

*køn*

*tilbageholdende*

*blond*

*usikker*

*drikfældig*

*ukritisk*

*gammeldags*

*beskeden*

*ædruelig*

*afslappet*

*lukket*

*uvenlig*

*anspændt*

*modebevidst*

*mørkhåret*

*selvsikker*

*pæn*

*åben*

*moderne*

*doven*

*skægget*

*sur*

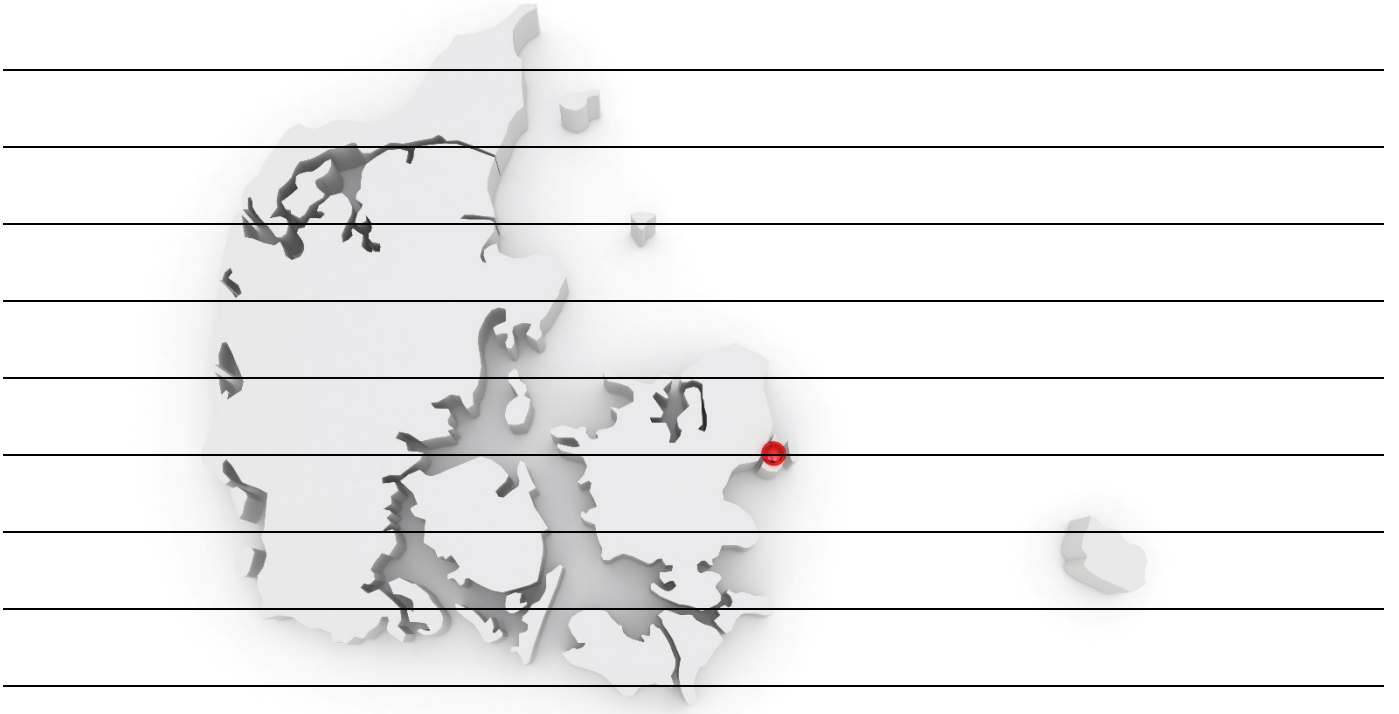
*tyk*

*flittig*

*venlig*

*imødekommende*

*grim*



## SMiK-Arbeitsblatt 6: Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Menschen

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende deutsche/dänische Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Schreibt einen Text mit der Überschrift „Wir und die Anderen“ für das „Schüleraustausch-Portal“ (<http://www.schueleraustausch-portal.de>). Nutzt für Euren Text Adjektive, die das Typische zum Ausdruck bringen. Im Text sollt Ihr folgende Fragen beantworten:

- „Wie sind die Dänen: Was kennzeichnet eine typische Dänin und einen typischen Dänen?“
- „Wie sind die Deutschen: Was kennzeichnet eine typische Deutsche und einen typischen Deutschen?“

*zurückhaltend*

*drikfældig*

*beskeden*

*ædruelig*

*arbejtsam*

*hjælpsbereit*

*pæn*

*slank*

*fleißig*

*wigtigtuend*

*venlig*

*dunkelhaarig*

*smuk*

*blond*

*ufvenlig*

*afslappet*

*tyk*

*grim*

*anspændt*

*køn*

*usikker*

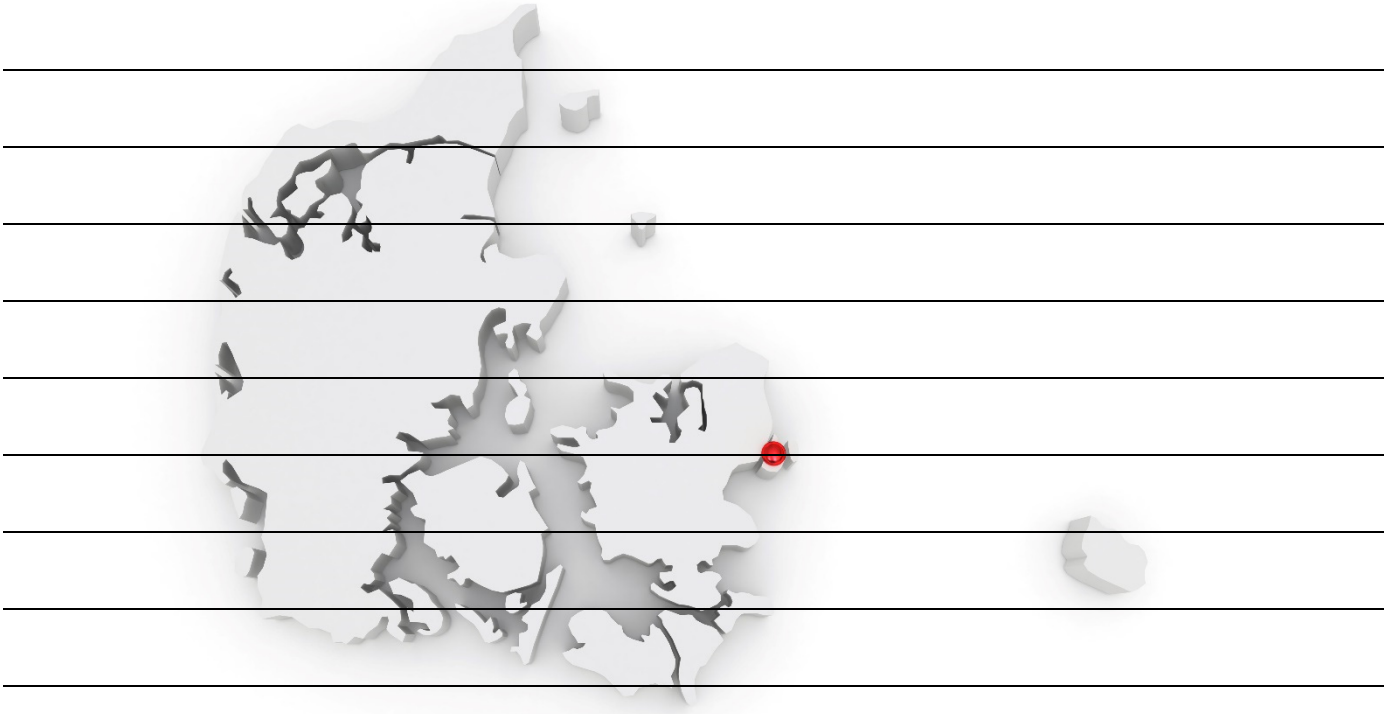
*gammeldags*

*moderne*

*hæslig*

*selvsikker*

*slud*



## SMiK-Arbeitsblatt 7: Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Nationalität

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende dänische Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Ordnet die Wörter nach ihrer Zugehörigkeit zu Deutschland und Dänemark oder zu beiden Ländern auf der Karte ein. Begründet dabei Eure Zuordnung. Mit der Karte sollt Ihr danach die folgenden Fragen beantworten:

- „Was ist typisch dänisch?“
- „Was ist typisch deutsch?“

*angespannt*

*diszipliniert*

*nationalistisch*

*bürokratisch*

*antiautoritär*

*unzuverlässig*

*locker*

*zurückhaltend*

*unbürokratisch*

*zuvorkommend*

*undiszipliniert*

*entspannt*

*streng*

*oberflächlich*

*egoistisch*

*familienfreundlich*

*autoritär*

*hilfsbereit*

*zuverlässig*

*tiefgründig*

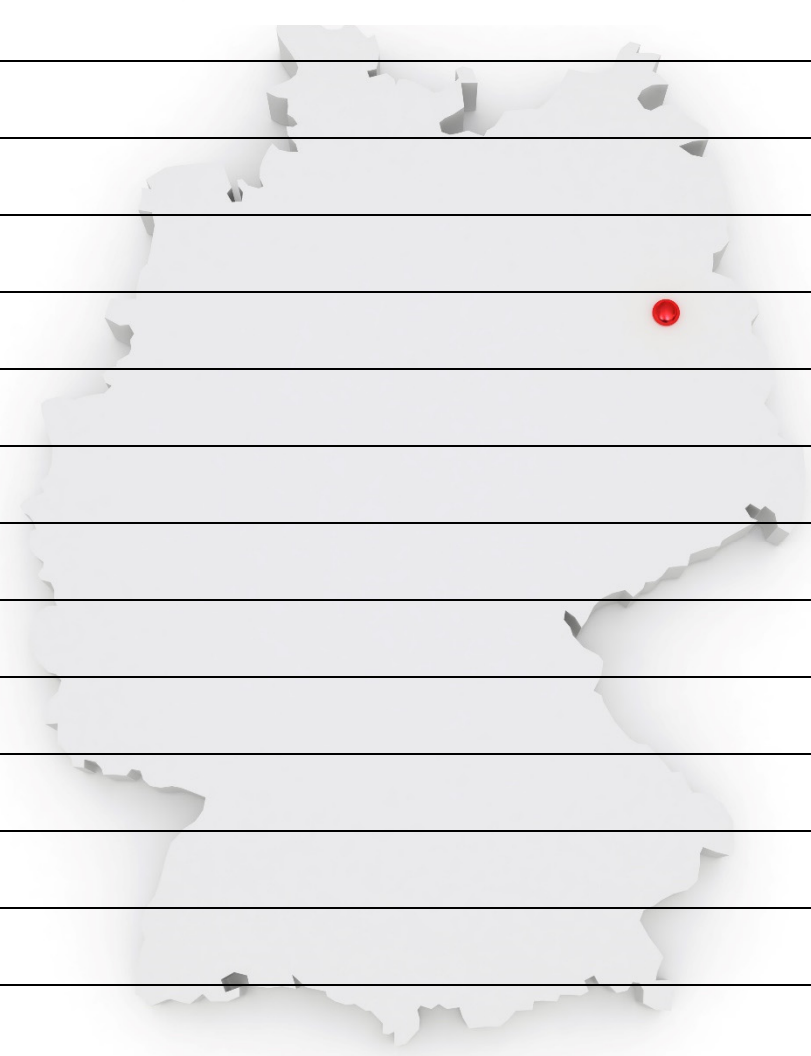
*intolerant*

*tolerant*

*arrogant*

*familienfeindlich*





## SMiK-Arbeitsblatt 8: Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Nationalität

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende deutsche Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Ordnet die Wörter nach ihrer Zugehörigkeit zu Deutschland und Dänemark oder zu beiden Ländern auf der Karte ein. Begründet dabei Eure Zuordnung. Mit der Karte sollt Ihr danach die folgenden Fragen beantworten:

- „Was ist typisch dänisch?“
- „Was ist typisch deutsch?“

*stiv*

*gæstfri*

*afslappet*

*imødekommende*

*intolerant*

*venlig*

*antiautoritær*

*dygtig*

*udisciplineret*

*formel*

*egoistisk*

*grundig*

*gammeldags*

*familiefjendsk*

*udygtig*

*upræcis*

*tolerant*

*ulig*

*åben*

*punktlig*

*uformel*

*autoritetstro*

*overfladisk*

*fremmedfjendsk*

*disciplineret*

*moderne*

*familievenlig*

*uvenlig*

*lukket*

*ligestillet*



## SMiK-Arbeitsblatt 9: Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über die Nationalität

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende dänische/deutsche Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Ordnet die Wörter nach ihrer Zugehörigkeit zu Deutschland und Dänemark oder zu beiden Ländern auf der Karte ein. Begründet dabei Eure Zuordnung. Mit der Karte sollt Ihr danach die folgenden Fragen beantworten:

- „Was ist typisch dänisch?“
- „Was ist typisch deutsch?“

*flexibel*

*pålidelig*

*unbürokratisch*

*fremmedfjendsk*

*egoistisk*

*zuverlässig*

*antiautoritär*

*familiefjendsk*

*upålidelig*

*gæstfri*

*bürokratisch*

*åben*

*angespannt*

*tolerant*

*unflexibel*

*lukket*

*moderne*

*autoritär*

*entspannt*

*unzuverlässig*

*streng*

*uvenlig*

*familievenlig*

*afslappet*

*zuvorkommend*

*nationalistisk*

*gammeldags*

*intolerant*

*venlig*

*arrogant*



## SMiK-Arbeitsblatt 10: Wortschatzübung mit deutschen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über das Land und über Produkte aus dem Land

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende dänische Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Diskutiert in eurer Lerngruppe, welche der Wörter sich besonders gut zur Verwendung in der Werbung für deutsche und dänische Produkte eignen. Benutzt die Wörter, um einen Werbetext für die Homepage eines Reiseanbieters für Urlaub in a) Dänemark und b) Deutschland zu schreiben. Diskutiert dann diese Fragen: *Welche Unterschiede gibt es zwischen Werbung in Deutschland und Dänemark? Warum gibt es diese Unterschiede?*

*gemütlich*

*unformell*

*ungemütlich*

*skandinavisch*

*teuer*

*zuverlässig*

*effektiv*

*freundlich*

*fremdenfeindlich*

*altmodisch natürlich*

*solide*

*unkompliziert*

*gastfreundlich*

*verschlossen*

*unfreundlich*

*modern*

*unzuverlässig*

*formell*

*kinderfeindlich*

*stabil*

*traurig*

*ineffektiv*

*kompliziert fröhlich*

*billig*

*kinderfreundlich*

*aufgeschlossen*

*unstabil*

## SMiK-Arbeitsblatt 11: Wortschatzübung mit dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über das Land und über Produkte aus dem Land

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende deutsche Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Diskutiert in eurer Lerngruppe, welche der Wörter sich besonders gut zur Verwendung in der Werbung für deutsche und dänische Produkte eignen. Benutzt die Wörter, um einen Werbetext für die Homepage eines Reiseanbieters für Urlaub in a) Dänemark und b) Deutschland zu schreiben. Diskutiert dann diese Fragen: *Welche Unterschiede gibt es zwischen Werbung in Deutschland und Dänemark? Warum gibt es diese Unterschiede?*

*overfladisk*

*præcis*

*hyggelig*

*effektiv*

*upræcis*

*dyr*

*sikker*

*moderne*

*grundig*

*upraktisk*

*upålidelig*

*skandinavisk*

*fremmedfjendsk*

*billig*

*gæstfri*

*ordentlig*

*naturlig*

*solidt*

*familievenlig*

*uordentlig*

*usikker*

*venlig*

*gammeldags*

*pålidelig*

*uvenlig*

*praktisk*

*ineffektiv*

*uhyggeilig*

*familiefjendsk*

## SMiK-Arbeitsblatt 12: Zweisprachige Wortschatzübung mit deutschen und dänischen Adjektiven aus dem SMiK-Differenzial. Stereotype über das Land und über Produkte aus dem Land

**Aufgabe 1:** Erklärt einander die Bedeutung der Wörter und schreibt das passende dänische/deutsche Wort auf. Schlagt die Wörter, die Ihr nicht kennt, im Wörterbuch nach.

**Aufgabe 2:** Manchen Wörtern sieht man an, dass sie ein Paar bilden. Sucht Wörter mit gegensätzlichen Bedeutungen, sammelt sie und beschreibt, woran Ihr das Gegensatzwort-Paar erkannt habt.

**Aufgabe 3:** Diskutiert in eurer Lerngruppe, welche der Wörter sich besonders gut zur Verwendung in der Werbung für deutsche und dänische Produkte eignen. Benutzt die Wörter, um einen Werbetext für die Homepage eines Reiseanbieters für Urlaub in a) Dänemark und b) Deutschland zu schreiben. Diskutiert dann diese Fragen: *Welche Unterschiede gibt es zwischen Werbung in Deutschland und Dänemark? Warum gibt es diese Unterschiede?*

*moderne*

*familienfeindlich*

*zuverlässig*

*locker*

*pedantisch*

*traurig*

*praktisk*

*hyggelig*

*teuer*

*skandinavisk*

*familievenlig*

*ustabil*

*ungemütlich*

*grundig*

*stabil*

*usikker*

*upræcis*

*unzuverlässig*

*overfladisk*

*unpraktisk*

*sikker*

*billig*

*unkompliziert*

*glad*

*kompliziert*

*altmodisch*

*verschlossen*

*aufgeschlossen*

*præcis*

*solide*



## 4 Bewusstmachung von Stereotypen: „Baue dein Stereotyp“ – Variante a

### 4.1 Übung zur Bewusstmachung von Stereotypen und Reflexion über Stereotype

In dieser Übung geht es um die Bewusstmachung der **eigenen** stereotypen Vorstellungen der Lernenden und eine Reflexion über nationale Stereotype. Die Übung kann selbstständig durchgeführt werden, wir empfehlen aber eine Kombination mit der Aktivierungsübung (→ Kap. 2) und den Wortschatzübungen mit den Adjektiven (→ Kap. 3), die dann dieser Übung vorangestellt werden. Nachfolgend sollten die Ergebnisse der SMiK-Untersuchungen präsentiert und mit den Lernenden diskutiert werden (siehe Vorschläge für Übungskombinationen zu den Arbeitsblättern in der Einleitung).

Für die Übung braucht man Farbbleistifte und eine passende Anzahl großer, weißer A2-/A1-Bögen Papier. Zu Beginn der Übung werden die Lernenden in Gruppen mit 2-4 Personen eingeteilt.

Die Übung hat folgende Arbeitsschritte und -ziele:

1. Die Lernenden sollen ihre sprachlich gebundenen Stereotype dazu, was ihrer Meinung nach „typisch deutsch“ bzw. „typisch dänisch“ sei, in Schrift und Bild zu Papier bringen und während des Aufschreibens in der Gruppe diskutieren. Dabei sollen die Lernenden Wörter aus den vorherigen Übungen (Aktivierungs-/Adjektivübung) verwenden und diese durch eigenen Wortschatz ergänzen (Wörterbücher können gerne benutzt werden). Die Gruppen erhalten die folgende Aufgabenstellung (→ **SMiK-Arbeitsblatt 13**):
  - *Was ist für Dich „typisch deutsch“?*
  - *Was ist für Dich „typisch dänisch“?*
2. Die Lernenden sollen eine 5-10 Minuten lange Präsentation der Arbeitsergebnisse in ihrer Gruppe vorbereiten und vor der Klasse halten. In der Präsentation sollen die Lernenden erklären, warum sie diese Wörter gewählt haben.
3. Abschließend werden die SMiK-Ergebnisse präsentiert und die Lernenden sollen ihre Arbeitsergebnisse mit den SMiK-Ergebnissen vergleichen. In der Diskussion sollte der konkrete Gebrauch von sprachlichen Strukturen thematisiert werden, die stereotype Denkmuster auslösen. Im Kapitel 6 finden Sie eine kurze Darstellung der SMiK-Ergebnisse und die **SMiK-Arbeitsblätter 19-24** enthalten Übungen zum Vergleich der SMiK-Ergebnisse mit den Arbeitsergebnissen der Lernenden.

**Übungsvarianten:** Bei der Übung können unterschiedliche Aspekte hervorgehoben werden, wie z.B. Aussehen, Charaktereigenschaften und typisches Verhalten von Dänen bzw. Deutschen, typische deutsche bzw. dänische Phänomene. Je nachdem, welche Aspekte behandelt werden, sollte ein thematisch passendes Adjektiv-Arbeitsblatt bearbeitet werden.

Für die Arbeit mit Assoziationen bezüglich Deutschland bzw. Dänemark gibt es ein eigenes Arbeitsblatt (→ **SMiK-Arbeitsblatt 14**). Als Operationalisierung dient hier die Aufgabenstellung: *Nenne die Wörter, die Dir in Verbindung mit Deutschland und Dänemark einfallen.*

#### **4.2 Kopiervorlagen der SMiK-Arbeitsblätter zu „Baue dein Stereotyp“ – Variante a: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch?**

Diese Arbeitsblätter können als selbstständige Übungen verwendet werden, wir empfehlen aber, sie in einer umfangreicheren Unterrichtseinheit zu nationalen Stereotypen einzubinden, wie wir in der Einleitung beschrieben haben (Unterrichtseinheit 1 und 2).

**SMiK-Arbeitsblatt 13:** Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Nationalität)?

**SMiK-Arbeitsblatt 14:** Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Land)?

## SMiK-Arbeitsblatt 13: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Nationalität)?

**Aufgabe:** Was ist für Dich „typisch deutsch“ und „typisch dänisch“?

Schreibe 5-10 Stichwörter zu jeder Nationalität auf:

Deutsch:	Dänisch:

Vergleiche Deine Stichwörter mit den Stichwörtern der anderen Lernenden in Deiner Gruppe:  
Beschreibe die Gemeinsamkeiten und Unterschiede:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Visualisiert die Stichwörter gemeinsam in der Gruppe in einer Mindmap oder einer Zeichnung.  
Diese Visualisierung benutzt Ihr als Grundlage für eine 5-10 Minuten lange mündliche Präsentation der Arbeit in Eurer Gruppe vor der Klasse.

## SMiK-Arbeitsblatt 14: Was ist typisch deutsch und typisch dänisch (Land)?

**Aufgabe:** Nenne die Wörter, die Dir in Verbindung mit Deutschland und Dänemark einfallen. Schreibe 5-10 Stichwörter zu jeder Nation auf:

Deutschland:	Dänemark:

Vergleiche Deine Stichwörter mit den Stichwörtern der anderen Lernenden in Deiner Gruppe. Beschreibe die Gemeinsamkeiten und Unterschiede:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Visualisiert die Stichwörter gemeinsam in der Gruppe in einer Mindmap oder einer Zeichnung. Diese Visualisierung benutzt Ihr als Grundlage für eine 5-10 minütige mündliche Präsentation der Arbeit in Eurer Gruppe vor der Klasse.

## 5 Bewusstmachung von Stereotypen: „Baue dein Stereotyp“ – Variante b

### 5.1 Übung zur Bewusstmachung von Stereotypen und Reflexion über Stereotype in der Werbung

Das Ziel der Übung zu Stereotypen in der Werbung ist es, bei den Lernenden eine Reflexion über die eigenen stereotypen Vorstellungen und Bilder anzustoßen, so dass sie ein kritisches Bewusstsein zu den eigenen und den national-kollektiven Stereotypen über Deutschland und Dänemark entwickeln können. Ein Vergleich mit den SMiK-Ergebnissen und eine Diskussion von stereotypen Bildern und Vorstellungen in der Werbung sollte die Übung abrunden. Hierfür sollen a) die Lernenden selber nach Beispielen für die Verwendung von Stereotypen in der Werbung suchen oder b) die Lehrkraft konkrete Beispiele zeigen, wie man mit Stereotypen wirbt, z.B. die Werbung der Commerzbank (mit Internet-Bildersuche nach *german style commerzbank* findet man Beispiele) oder von Jyske Bank Schweiz (Beschreibung hier: [www.werbewoche.ch/tangram-kampagne-fuer-jyske-bank-entwickelt](http://www.werbewoche.ch/tangram-kampagne-fuer-jyske-bank-entwickelt), Internet-Bildersuche nach *jyske bank werbung* ergibt weitere Beispiele).

Die Übung kann als selbstständige Übung durchgeführt werden, sie sollte aber bevorzugt mit den Übungen in Abschnitt 2 und 3 (Aktivierungsübung, Übungen zum SMiK-Differenzial) kombiniert werden. In diesem Falle können die Lernenden auf den Wortschatz und andere Ergebnisse aus den bereits durchgeführten Übungen zurückgreifen.

Die Lernenden werden in Gruppen à 4 Personen eingeteilt und erhalten ein großes Stück weißes Papier (A2 oder A1), auf dem sie zeichnen und schreiben sollen. Die Gruppen bereiten auf den großen Papierbögen eine Skizze der Werbekampagne vor, die sie vor der Klasse präsentieren sollen. Die Präsentation kann z.B. als Poster-Ausstellung oder als Vortrag (mindestens 5-10 Minuten) durchgeführt werden. Je nachdem, ob mit dem Eigenbild (Autostereotype) oder dem Bild über die Anderen (Heterostereotype) gearbeitet wird, wählt man zwischen folgenden Aufgabenstellungen. Alternativ soll die Hälfte der Lernenden mit jeweils der einen oder der anderen Fragestellung arbeiten:

- Bei den **Autostereotypen** sollen die Lernenden Produkte aus dem eigenen Land im anderen Land verkaufen, d.h. sie müssen sich zuerst darüber Gedanken machen, welche Produkte sich für den Export eignen und welche Eigenschaften sie selbst mit den Produkten aus dem eigenen Land verbinden. Danach sollen sie überlegen, welche von den Eigenschaften beim Verkauf im anderen Land sinnvoll eingesetzt werden können.
- Bei den **Heterostereotypen** sollen die Lernenden überlegen, wie sie Produkte aus dem anderen Land im eigenen Land verkaufen könnten, d.h. sie müssen sich zuerst darüber Gedanken machen, welche Eigenschaften sie selbst mit den Produkten aus dem anderen Land verbinden und danach überlegen, welche von den Eigenschaften beim Verkauf im eigenen Land sinnvoll eingesetzt werden können.

## 5.2 Kopiervorlagen der SMiK-Arbeitsblätter zu „Baue dein Stereotyp“ - Variante b: Stereotype in der Werbung

Diese Arbeitsblätter können als selbstständige Übungen verwendet werden, wir empfehlen aber, sie in einer umfangreicheren Unterrichtseinheit zu nationalen Stereotypen einzubinden, wie wir in der Einleitung beschrieben haben (Unterrichtseinheit 3).

### Übungsvarianten

**SMiK-Arbeitsblatt 15:** Deutsche Autostereotype über das typisch Deutsche, Deutschland und die Deutschen in der Werbung (für deutsche Lernende)

- In dieser Übung werden Stereotype über die eigene Nationalität im Kontext der Vermarktung und Werbung von deutschen Produkten in Dänemark aktiviert. Um den Lernenden den Unterschied zwischen Auto- und Heterostereotypen bewusst zu machen, sollte abschließend ein Vergleich dazu vorgenommen werden, wie man dieselben Produkte in Deutschland vermarkten würde.

**SMiK-Arbeitsblatt 16:** Deutsche Heterostereotype über das typisch Dänische, Dänemark und die Dänen in der Werbung (für deutsche Lernende)

- In dieser Übung werden Stereotype über eine andere Nationalität im Kontext der Vermarktung und Werbung von dänischen Produkten in Deutschland aktiviert. Um den Lernenden den Unterschied zwischen Auto- und Heterostereotypen bewusst zu machen, sollte abschließend ein Vergleich dazu vorgenommen werden, wie man ähnliche deutsche Produkte in Deutschland vermarkten würde.

**SMiK-Arbeitsblatt 17:** Dänische Autostereotype über das typisch Dänische, Dänemark und die Dänen in der Werbung (für dänische Lernende)

- In dieser Übung werden Stereotype über die eigene Nationalität im Kontext der Vermarktung und Werbung von dänischen Produkten in Deutschland aktiviert. Um den Lernenden den Unterschied zwischen Auto- und Heterostereotypen bewusst zu machen, sollte abschließend ein Vergleich dazu vorgenommen werden, wie man dieselben Produkte in Dänemark vermarkten würde.

**SMiK-Arbeitsblatt 18:** Dänische Heterostereotype über das typisch Deutsche, Deutschland und die Deutschen in der Werbung (für dänische Lernende)

- In dieser Übung werden Stereotype über eine andere Nationalität im Kontext der Vermarktung und Werbung von deutschen Produkten in Dänemark aktiviert. Um den Lernenden den Unterschied zwischen Auto- und Heterostereotypen bewusst zu machen, sollte abschließend ein Vergleich dazu vorgenommen werden, wie man ähnliche dänische Produkte in Dänemark vermarkten würde.

## SMiK-Arbeitsblatt 15: Deutsche Autostereotype über das typisch Deutsche, Deutschland und die Deutschen in der Werbung

Du hast ein Werbebüro in Deutschland und eine große deutsche Firma bittet Dich, eine Werbekampagne in Dänemark zu entwerfen und durchzuführen. Welche typischen deutschen Eigenschaften setzt Du in einer solchen Kampagne ein, um ein deutsches Produkt in Dänemark zu verkaufen?

**Aufgabe:** Schreibe 5-10 Eigenschaften auf:

---

---

---

---

---

---

---

---

**Aufgabe:** Vergleiche die Eigenschaften, die Du gewählt hast, mit den Eigenschaften der anderen Lernenden in Deiner Gruppe: Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Aufgabe:** Entwickelt aus den gesammelten Eigenschaften in der Gruppe eine Werbekampagne. Ihr könnt Euch für die Kampagne gerne ein existierendes deutsches Produkt aussuchen. Benutzt in der Werbekampagne auch Zeichnungen und andere Illustrationsmöglichkeiten. Formuliert eine Begründung für Euren Auftraggeber, warum Ihr Euch für die verwendeten Eigenschaften entschieden habt.

## SMiK-Arbeitsblatt 16: Deutsche Heterostereotype über das typisch Dänische, Dänemark und die Dänen in der Werbung

Du hast ein Werbebüro in Deutschland und eine große dänische Firma bittet Dich, eine Werbekampagne in Deutschland zu entwerfen und durchzuführen. Welche typischen dänischen Eigenschaften setzt Du in einer solchen Kampagne ein, um ein dänisches Produkt in Deutschland zu verkaufen?

**Aufgabe:** Schreibe 5-10 Eigenschaften auf:

---

---

---

---

---

---

---

**Aufgabe:** Vergleiche die Eigenschaften, die Du gewählt hast, mit den Eigenschaften der anderen Lernenden in Deiner Gruppe: Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Aufgabe:** Entwickelt aus den gesammelten Eigenschaften in der Gruppe eine Werbekampagne. Ihr könnt Euch für die Kampagne gerne ein existierendes dänisches Produkt aussuchen. Benutzt in der Werbekampagne auch Zeichnungen und andere Illustrationsmöglichkeiten. Formuliert eine Begründung für Euren Auftraggeber, warum Ihr Euch für die verwendeten Eigenschaften entschieden habt.



## SMiK-Arbeitsblatt 17: Dänische Autostereotype über das typisch Dänische, Dänemark und die Dänen in der Werbung

Du hast ein Werbebüro in Dänemark und eine große dänische Firma bittet Dich, eine Werbekampagne in Deutschland zu entwerfen und durchzuführen. Welche typischen dänischen Eigenschaften setzt Du in einer solchen Kampagne ein, um ein dänisches Produkt in Deutschland zu verkaufen?

**Aufgabe:** Schreibe 5-10 Eigenschaften auf:

---

---

---

---

---

---

---

**Aufgabe:** Vergleiche die Eigenschaften, die Du gewählt hast, mit den Eigenschaften der anderen Lernenden in Deiner Gruppe: Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Aufgabe:** Entwickelt aus den gesammelten Eigenschaften in der Gruppe eine Werbekampagne. Ihr könnt Euch für die Kampagne gerne ein existierendes dänisches Produkt aussuchen. Benutzt in der Werbekampagne auch Zeichnungen und andere Illustrationsmöglichkeiten. Formuliert eine Begründung für Euren Auftraggeber, warum Ihr Euch für die verwendeten Eigenschaften entschieden habt.

## SMiK-Arbeitsblatt 18: Dänische Heterostereotype über das typisch Deutsche, Deutschland und die Deutschen in der Werbung

Du hast ein Werbebüro in Dänemark und eine große deutsche Firma bittet Dich, eine Werbekampagne in Dänemark zu entwerfen und durchzuführen. Welche typischen deutschen Eigenschaften setzt Du in einer solchen Kampagne ein, um ein deutsches Produkt in Dänemark zu verkaufen?

**Aufgabe:** Schreibe 5-10 Eigenschaften auf:

---

---

---

---

---

---

---

**Aufgabe:** Vergleiche die Eigenschaften, die Du gewählt hast, mit den Eigenschaften der anderen Lernenden in Deiner Gruppe: Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Aufgabe:** Entwickelt aus den gesammelten Eigenschaften in der Gruppe eine Werbekampagne. Ihr könnt Euch für die Kampagne gerne ein existierendes deutsches Produkt aussuchen. Benutzt in der Werbekampagne auch Zeichnungen und andere Illustrationsmöglichkeiten. Formuliert eine Begründung für Euren Auftraggeber, warum Ihr Euch für die verwendeten Eigenschaften entschieden habt.

## 6 Reflexion über Stereotype: Abschließender Vergleich mit den SMiK-Ergebnissen zu „typisch deutsch – typisch dänisch“

### 6.1 Abschließende Übungen zur Reflexion über Stereotype und zu einem Vergleich mit den SMiK-Ergebnissen

Zum Abschluss der Behandlung von nationalen Stereotypen im Unterricht soll im Rahmen einer Ergebnissicherung bewusst gemacht werden, dass und inwiefern Stereotype zum sprachlich gebundenen Wissen gehören und welche Funktionen sie erfüllen. Für fortgeschrittene Lernende soll zudem wissenschaftspropädeutisch ein Vergleich mit den Forschungsergebnissen und theoretisch-methodischen Ansätzen des SMiK-Projekts erfolgen.

Um in Ansätze und Methoden der wissenschaftlichen Erforschung von Stereotypen einzuführen, bietet es sich an, dass die Lehrkraft die Fragebogenuntersuchung des SMiK-Projekts zu „typisch deutsch – typisch dänisch“ vorstellt und die Antworten auf die Fragen präsentiert, gern in einem kurzen Vortrag. Danach sollen die Lernenden ihre Ergebnisse aus den Übungen mit den SMiK-Antworten zu den Fragen aus der Fragebogenuntersuchung vergleichen. Es sollen dabei die Varianten der **SMiK-Arbeitsblätter 19-24** ausgewählt werden, die inhaltlich am besten zu den Übungen in der durchgeführten Unterrichtseinheit passen (vgl. Kombinationsvorschläge in der Einleitung). Die Ergebnisse der Diskussionen und die Produkte der Lernenden werden im abschließenden Vortrag zusammengefasst und im Vergleich mit den SMiK-Ergebnissen besprochen.

Da man bei der Einbeziehung der SMiK-Ergebnisse die sprachlich-kulturellen Voraussetzungen der jeweiligen Lerngruppe berücksichtigen muss, stellt das SMiK-Projekt keinen fertigen Vortrag zur Verfügung. Die folgenden Ausführungen sind als eine Grundlage für die Ausarbeitung eines Vortrags vorgesehen, die Abbildungen auf den Arbeitsblättern zu den SMiK-Ergebnissen sind zur Illustration geeignet. Zu jedem einzelnen Arbeitsblatt gehört zudem eine inhaltliche Beschreibung der visualisierten SMiK-Daten, die als Grundlage für einen Vortrag dienen sollte (Kap. 6.2).

Der Vortrag sollte folgende drei Aspekte thematisieren:

- 1) **Sensibilisierung** für Stereotype als Phänomen,
- 2) **Reflexion** über Stereotype, ihre Funktionen und ihre Wirkung,
- 3) das **kritische Hinterfragen** der Existenz und Verwendung von Stereotypen.

Im Vortrag sollen die Fragen *Was sind Stereotype?* und *Welche Funktionen erfüllen Stereotype?* gestellt und mit der Stereotypen-Definition des SMiK-Projekts beantwortet werden:

*Stereotype sind sprachliche und kulturelle Muster für unser Denken und Handeln: Sie sind eine Orientierungshilfe bei der Wahrnehmung und der Kategorisierung der Welt.*

Als solche Muster sind Stereotype generalisierende mentale Modelle, d.h. Bilder in unseren Köpfen (Walter Lippmanns „pictures in our heads“). Nationale Stereotype bündeln das – bewusste und unbewusste – Wissen, Fühlen und Wollen in Bezug auf andere Nationen. Ob wir dieses Wissen, Fühlen und Wollen als etwas Positives oder Negatives empfinden, variiert durchaus nach individuellen Erfahrungen, Vorlieben und Einstellungen. Die Ergebnisse des SMiK-Projekts zeigen, dass Stereotype wie *Ordnung* und *Entspanntheit*, Artefakte wie *Würstchen* oder *Bier*, aber auch *Sprache* sowohl negativ als auch positiv beurteilt werden.

Die Bewusstmachung von Stereotypen und die Fähigkeit zur Reflexion über stereotype Muster ist die Grundlage für den selbstständigen und selbstverantwortlichen Umgang der Lernenden mit Stereotypen. Dies gilt insbesondere für die Stereotype, die als unbewusste Vorverständnisse bereits in den Köpfen existieren. Hier geht es sowohl um die eigenen, individuellen Stereotype als auch die Stereotype, die kollektiv in einer Kultur existieren. Als Anleitung für den selbstverantwortlichen Umgang der Lernenden mit Stereotypen kann dann auf der Grundlage der Sensibilisierung und der Reflexion das Prinzip der „Funktionalen Angemessenheit“ eingeführt werden (→ Kap. 7).

Als ein Ergebnis sollte festgehalten und gesichert werden, dass Stereotype nicht als objektiv gegebene Wahrheiten aufgefasst und auch nicht mit den Kategorien „richtig“ oder „falsch“ belegt werden können. Stereotype können vielmehr als sprachlich-kulturell konstruierte Weltansichten erklärt werden. Solche Weltansichten sind sprachlich gebundenes Wissen, das aus den Assoziationen und Bedeutungen besteht, die wir – auch auf der Grundlage historischer Traditionen – mit der sprachlichen Bezeichnung für die eigene oder eine andere Nation verknüpfen. Auch diese sprachlichen Konstruktionen von Stereotypen gilt es den Lernenden bewusst zu machen. Hierfür eignet sich z.B. eine Operationalisierung durch die Fragen *Wie werden Stereotype realisiert?* und *Warum verwenden wir Stereotype?*

Das wesentliche Ziel der SMiK-Materialien ist es, den Lernenden

„...bewusst zu machen, dass es sich bei sprachlich gebundenen nationalen Stereotypen um historisch und kulturell gewachsene ‚Weltansichten‘ handelt, die in sprachlichen Konstruktionen geronnen sind, die sie selbst im Spracherwerb unbewusst angenommen haben. Wenn sie diese sprachlichen Konstruktionen fortan gebrauchen, müssen sie wissen, dass sie die mit ihnen verknüpften Weltansichten nun nicht mehr unbewusst nachahmen, sondern bewusst reproduzieren – und die Folgen zu verantworten haben. Eine solche sprachdidaktischen Modellierung ist Aufklärung im besten Sinne: Ihr Ziel ist der Ausgang des Sprechers aus der sprachlichen Unmündigkeit.“ (Kilian 2015: 172<sup>4</sup>)

---

<sup>4</sup> Kilian, Jörg. 2015. Von blonden Däninnen aus deutscher Sicht. Nationale Stereotype und didaktische Sprachkritik – ein Zwischenbericht aus einem laufenden Forschungsprojekt. In: Peschel, Corinna / Runschke, Kerstin (Hrsg.). **Sprachvariation und Sprachreflexion in interkulturellen Kontexten**. Frankfurt a.M. etc.: Peter Lang, 155-182.

Durch die Erfassung, Bewertung und Beurteilung des Vorkommens und der Funktionen nationaler Stereotype als „Bilder in unseren Köpfen“ und als sprachlich konstruierte Weltansichten sollen sich die Lernenden mit diesem Material die ersten Grundlagen erarbeiten, die ihre Entwicklung zu mündigen Sprachbenutzern fördern sollen. Stereotype können und sollen dabei nicht eliminiert werden. Die Lernenden sollen vielmehr ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass es nationale Stereotype gibt, und dass sie selbst solche – bewusste und unbewusste – stereotypen Vorstellungen haben, die sie reflektieren und kritisch hinterfragen können.

Mit fortgeschrittenen Lernenden ist zusätzlich eine kritische Auseinandersetzung mit der Datenerhebung des SMiK-Projekts zu empfehlen. Mit Fragen wie *Wie können Stereotype wissenschaftlich untersucht werden? Wie wurden die SMiK-Daten erhoben und ausgewertet? Was sagen die SMiK-Daten über deutsch-dänische nationale Stereotype aus?* kann eine vertiefende Diskussion eingeleitet werden.

Der bewusste Umgang mit kollektiven, sprachlich gebundenen Stereotypen ist ein wesentlicher Aspekt einer interkulturellen Kompetenz, denn Sprache ist der Schlüssel zum Verständnis der Anderen. Gemeint sind dabei neben dem reflektierenden und kritischen Hinterfragen von Stereotypen insbesondere solche sprachlich-kulturellen Kenntnisse, die die Lernenden dazu befähigen, funktional angemessen zu kommunizieren. Wenn wir hier von „den Dänen“ und „den Deutschen“ reden, handelt es sich um kollektive Generalisierungen.

Die interkulturelle Kommunikation in der Praxis ist aber immer individuell und an konkrete Situationen gebunden. Konkrete Situationen verlaufen jedoch oft nach vorgegebenen, sprachlich-kulturellen Mustern. Das Handeln der beteiligten Individuen wird von kulturspezifischen Erwartungen, Haltungen, Normen und Stereotypen geprägt. Die Kenntnis solcher sprachlich-kultureller Muster ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass man in der interkulturellen Kommunikation funktional angemessen in Relation zur jeweiligen Situation handelt, d.h. seine Kulturbrille absetzen und die Voraussetzungen der Anderen akzeptieren kann. Hier spielen das national geprägte Selbst- und Fremdbild eine wichtige Rolle, für die die Lernenden mit den **SMiK-Arbeitsblättern 25 und 26** sensibilisiert werden sollen.

## 6.2 Kopiervorlagen der SMiK-Arbeitsblätter zu den SMiK-Ergebnissen

Die **SMiK-Arbeitsblätter 19-24** enthalten Übungen für den abschließenden Vergleich die SMiK-Ergebnisse aus der Fragebogenuntersuchung zu „typisch deutsch – typisch dänisch“. Zu jedem Arbeitsblatt gibt es eine inhaltliche Beschreibung der visualisierten SMiK-Daten, die als Grundlage für einen Vortrag zur Präsentation der SMiK-Ergebnisse dienen soll.

Mit den **SMiK-Arbeitsblättern 25-26** zur Kulturbrille werden die eigenen Erwartungshaltungen und Normvorstellungen hinterfragt.

### Varianten:

**SMiK-Arbeitsblatt 19:** SMiK-Ergebnisse zu Deutschland und Dänemark

**SMiK-Arbeitsblatt 20:** SMiK-Ergebnisse zu den deutschen und den dänischen Männern

**SMiK-Arbeitsblatt 21:** SMiK-Ergebnisse zu den deutschen und den dänischen Frauen

**SMiK-Arbeitsblatt 22:** SMiK-Ergebnisse zu typisch dänisch und typisch deutsch – eher positiv

**SMiK-Arbeitsblatt 23:** SMiK-Ergebnisse zu typisch dänisch und typisch deutsch – eher negativ

**SMiK-Arbeitsblatt 24:** SMiK-Ergebnisse zu Stereotypen für die Werbung

**SMiK-Arbeitsblatt 25:** Die SMiK-Kulturbrille – Reflexion über Stereotype (deutsche Lernende)

**SMiK-Arbeitsblatt 26:** Die SMiK-Kulturbrille – Reflexion über Stereotype (dänische Lernende)

### Zusammenfassung der auf den Arbeitsblättern 19-24 dargestellten Ergebnisse

In den Abbildungen auf den **SMiK-Arbeitsblättern 19-24**, die den Lernenden als Ausgangspunkt für den Vergleich der SMiK-Ergebnisse mit den eigenen Stereotypen dienen sollen, werden die Antworten zu den Fragen aus der Umfrage des SMiK-Projekts zu „typisch deutsch – typisch dänisch“ als Wordles visualisiert. In den Wordles – oder auch Wortwolken – bestimmt die Häufigkeit des Vorkommens eines Wortes in den Antworten seine Größe in der Wortwolke, d.h. die großen Wörter kommen in den SMiK-Antworten häufiger vor als die kleineren Wörter.

In den folgenden Beschreibungen werden die deutschen und dänischen SMiK-Antworten zu den einzelnen Fragen auf den Arbeitsblättern zusammenfassend skizziert. Die Reihenfolge der Wörter folgt ihrer Häufigkeit in den Antworten. Um Übergeneralisierungen zu vermeiden, verzichten wir auf prozentuale und absolute Angaben zur Häufigkeit der einzelnen Nennungen. Wörter innerhalb einer Wortfamilie werden gebündelt mit einem Adjektiv wiedergegeben.

## SMiK-Arbeitsblatt 19: SMiK-Ergebnisse zu Deutschland und Dänemark

### **Deutsche Antworten zu Dänemark:**

Die deutschen SMiK-Teilnehmenden verbinden mit Dänemark die Wörter *Kopenhagen, Hotdog* und *Pølser, Dannebrog* (die dänische Flagge), *Strand, Meer, Ferienhaus, Dünen, Natur, Urlaub, Nordsee* und *Ruhe*. Andere Wörter, die häufig genannt werden, sind *freundlich, entspannt, gemütlich, gelassen, hyggelig* und *Design*. Hierdurch zeichnet sich ein positives Bild, in dem Dänemark als insbesondere Urlaubsland erscheint.

### **Dänische Antworten zu Deutschland:**

Die häufigsten Assoziationen der dänischen SMiK-Probanden zu Deutschland sind *Würstchen* in allen Variationen und *Bier*. Dann folgen historisch geprägte Nennungen mit *Hitler, der Zweite Weltkrieg* und *Nazismus*. Weitere Nennungen sind *Berlin* und die *Berliner Mauer, ordentlich* (auch als *Ordnung muss sein*) *Autos* und *Autobahn, niedrige Preise, preiswerte Produkte* und *Grenzhandel, Fußball* und *Bundesliga, Kultur* und *(Angela) Merkel*.

Die historischen Nennungen kommen fast ausschließlich in den Antworten zu dieser Frage vor. Daraus kann geschlussfolgert werden, dass die historischen Ereignisse um den Zweiten Weltkrieg herum vermutlich keinen Einfluss auf das aktuelle Stereotyp über die Menschen und das typisch Deutsche haben (Nennungen zu *Hitler, Nazismus & der Zweite Weltkrieg* kommen insgesamt 9 Mal in den Antworten zu „typisch deutsch – eher negativ“ vor). Die historisch motivierten Nennungen scheinen vielmehr ein faktenbasiertes Wissen wiederzugeben. Dabei ist zu betonen, dass dieses Wissen immer noch ein Potenzial für stereotype Vorstellungen darstellt, das sich ggf. wieder zu aktiven Stereotypen entwickeln könnte.

*Sprache* und *Kultur* werden ebenfalls thematisiert. Einerseits wird die deutsche Sprache als eine *hässliche* und *schwere Sprache* bezeichnet und andererseits werden die *fehlenden Fremdsprachenkenntnisse* der Deutschen genannt.

## SMiK-Arbeitsblatt 20: SMiK-Ergebnisse zu den deutschen und den dänischen Männern

### **Deutsche Antworten zu dänischen Männern:**

In den Antworten der deutschen Probanden dazu, was einen typischen dänischen Mann kennzeichnet, dominieren die Charaktereigenschaften *freundlich* und *gelassen* sowie die Haarfarbe *blond*. Es überwiegen weitere Charaktereigenschaften wie *entspannt*, *gemütlich*, *hilfsbereit*, *offen*, *aufgeschlossen*, *weltoffen*, *zurückhaltend*, *humorvoll*, *selbstbewusst* und *trinkfest*. Zudem kommen Merkmale des Aussehens wie *groß*, *schlank*, *sportlich*, *modebewusst*, *kräftig* und *blaue Augen* vor. Das Ergebnis zeigt eine gewisse Ähnlichkeit zur Vorstellung der deutschen Probanden von der typischen dänischen Frau auf: Insgesamt haben die deutschen Probanden ein positives Bild von den Däninnen und Dänen.

### **Dänische Antworten zu deutschen Männern:**

In den dänischen SMiK-Antworten beziehen sich die meisten Nennungen auf das Aussehen, d.h. auf Körperbau, Haare und Kleidungsstil. Das am häufigsten genannte Phänomen ist *Bart* als *Schnurrbart*, *Bart*, *Bartstoppeln* und *Vollbart*. Andere Merkmale für das Aussehen beziehen sich auf den Körperbau, z.B. *Bierbauch*, *dick*, *dickbäuchig*, *übergewichtig*, *mollig*, *dicklich*, *fett* und Haare in verschiedenen Ausführungen, wie z.B. *hässlich*, *lang*, *Bundesligahaare*. Einige Nennungen beziehen sich auf Kleidung und Kleidungsstil, wobei der Stil einerseits eher als *altmodisch* und *langweilig* bis hin zu *schlecht* und andererseits der Deutsche im *Anzug* als *korrekt* und *gut angezogen* aufgefasst wird. Als weitere Nennungen, die sich auf das Aussehen oder Charaktereigenschaften beziehen, werden z.B. *hässlich*, *höflich*, *ordentlich*, *freundlich*, *langweilig* und *zuvorkommend* angeführt.

*Bier* und *Würstchen* tauchen auch hier in den Antworten auf; zum Teil als Bestandteile von Eigenschaften wie z.B. *biertrinkend*, *bierliebend*, *bierfreudig* und *würstchenessend*.

Als letztes Phänomen mit einer eher niedrigen Häufigkeit soll hier *Fußball* genannt werden, der auch als Bestandteil von Adjektiven wie *fußballfreudig* und *fußballfixiert* vorkommt.



## SMiK-Arbeitsblatt 21: SMiK-Ergebnisse zu den deutschen und den dänischen Frauen

### **Deutsche Antworten zu dänischen Frauen:**

Den Untersuchungen des SMiK-Projekts zufolge haben die deutschen Teilnehmenden ein relativ eindeutiges und positives Bild von einer typischen dänischen Frau. Hier geht es einerseits um das Aussehen (*blond, blonde Haare, modebewusst, hübsch*) und andererseits um Charaktereigenschaften (*freundlich, selbstbewusst, offen*). Das Ergebnis zeigt eine gewisse Ähnlichkeit zur Vorstellung der deutschen Probanden vom typischen dänischen Mann auf: insgesamt haben die deutschen Probanden ein einstimmig positives Bild von den Däninnen und Dänen.

### **Dänische Antworten zu deutschen Frauen:**

Die dänischen SMiK-Antworten zu den deutschen Frauen ergeben ein ähnliches Bild wie bei den deutschen Männern. Die meisten Nennungen beziehen sich auch hier auf das Aussehen, d.h. auf Kleidungsstil, Haare und Körperbau. Es gibt sowohl eher negative als auch positive Aussagen über das Aussehen der deutschen Frau, deshalb ist es relativ schwierig, ein eindeutiges Bild zu erkennen.

Die deutsche Frau ist einerseits *gut* und *praktisch* angezogen und hat einen eher *bunten* Kleidungsstil. Andererseits hat sie einen eher *unmodern*, bis hin zum *schlechten* Stil und ihre Kleidung ist *hässlich*. Weitere Nennungen beziehen sich auf die Frisur, wobei hier kein einheitliches Bild feststellbar ist, denn die deutsche Frau hat *kurze, lange, lockige* oder *gefärbte* Haare. Die Haarfarbe ist *blond, dunkel, rot, braun* oder *leberwurstfarben*. Einige wenige Nennungen sind erkennbar negativ und bezeichnen *hässliche, merkwürdige* und *ungepflegte* Haare. Erkennbar negativ sind ebenfalls Nennungen, die sich auf fehlende Schönheit beziehen, z.B. *hässlich* und *nicht hübsch*. Der Körper der deutschen Frau wird in Nennungen wie z.B. *dick, mollig, übergewichtig* und *fett* thematisiert. Diese Nennungen werden aber durch entgegengesetzte Nennungen wie *hübsch, schlank* und *hochgewachsen* relativiert. Die deutsche Frau ist *groß*, hat *große Brüste* und eine *große Nase*. Sie trägt zudem eine *Brille* und hat gelegentlich einen *Schnurrbart*.

Die deutsche Frau ist *Hausfrau* und *Mutter*, die ihre Kinder zu Hause betreut und halbtags arbeitet. Sie ist *hausfraulich, mütterlich* und *häuslich*. Des Weiteren werden der deutschen Frau Attribute wie *langweilig, freundlich, höflich* und *ordentlich* zugesprochen und sie wird als *entgegenkommend* und *zurückhaltend* bezeichnet.

## **SMiK-Arbeitsblatt 22:** SMiK-Ergebnisse zu typisch dänisch und typisch deutsch – eher positiv

### ***Deutsche Antworten zu typisch dänisch – positiv:***

Als das eher Positive, typisch Dänische nennen die deutschen Probanden *freundlich, gelassen, gemütlich, entspannt, offen, hilfsbereit, gastfreundlich, kinderfreundlich, fröhlich, gesellig, locker, familiär, tolerant, weltoffen, modebewusst, hygge, Ruhe und Natur.*

### ***Dänische Antworten zu typisch deutsch – positiv:***

Als typisch deutsch, eher positiv werden die *niedrigen* deutschen *Preise, freundliche, höfliche, ordentliche, gründliche* und *entgegenkommende* Menschen, *Bier* und *Würstchen* genannt. Weitere Nennungen beziehen sich auf *preiswerte, große, flotte, gute, schöne, teure, coole* Autos und *gutes, preiswertes* Essen.

## **SMiK-Arbeitsblatt 23:** SMiK-Ergebnisse zu typisch dänisch und typisch deutsch – eher negativ

### ***Deutsche Antworten zu typisch dänisch – negativ:***

In den Antworten der deutschen Probanden überwiegen die Begriffe *fremdenfeindlich, nationalistisch, teuer, verschlossen, Alkohol trinkend*, und *gelassen*. Weiterhin kommen die Nennungen *zurückhaltend, unpünktlich, oberflächlich, deutschenfeindlich, unfreundlich, Hundegesetz, schlechte Autofahrer* und *schwere Sprache* vor.

### ***Dänische Antworten zu typisch deutsch – negativ:***

In den dänischen Antworten ist keine eindeutige Tendenz erkennbar. Die Nennungen verteilen sich auf viele verschiedene Phänomene. Das Thema mit den meisten Nennungen ist *Sprache*. Einerseits die deutsche Sprache als *hässliche, harte Sprache* und andererseits die *fehlenden Sprachkenntnisse* der Deutschen selbst. Dann folgen *Bier* und *Würstchen* sowie weitere Begriffe, die sich auf Essen und Essensgewohnheiten und die Kleidung der Deutschen beziehen. Weiterhin wird *langweilig* als Eigenschaft genannt und es werden (zu viele) *Regeln* und (zu viel) *Ordnung* thematisiert. Im Vergleich zu der häufigen Thematisierung von *höflich* in den Antworten zu „typisch deutsch – eher positiv“ wird hier *unhöflich* nur zweimal genannt.

## **SMiK-Arbeitsblatt 24: SMiK-Ergebnisse zu Stereotypen für die Werbung**

### ***Deutsche Antworten zu typische dänische Eigenschaften – für die Werbung:***

Der häufigste Begriff ist *Design*, gefolgt von *gemütlich, freundlich, gelassen, entspannt, offen, locker, gesellig, naturverbunden, natürlich, zuverlässig, frisch, fröhlich, nordisch* und *blond*. Häufig sind zudem Nennungen wie *Qualität, Natur, Strand, Landschaft, Innovation, Humor* und *Flagge*.

### ***Dänische Antworten zu typische deutsche Eigenschaften – für die Werbung:***

In den dänischen SMiK-Antworten überwiegt klar die Angabe von *Qualität* gefolgt von *gründlich, preiswert, ordentlich* und *Ordnung muss sein, sicher, haltbar, Preis* und *solide*.

**SMiK-Arbeitsblatt 25:** Die SMiK-Kulturbrille – Reflexion über Stereotype (deutsche Lernende)

**SMiK-Arbeitsblatt 26:** Die SMiK-Kulturbrille – Reflexion über Stereotype (dänische Lernende)

Bei diesem Arbeitsblatt geht es darum, die Fähigkeit zum Perspektivenwechsel zu aktivieren. In den bisherigen Übungen zu nationalen Stereotypen ist deutlich geworden, dass das Selbstbild, d.h. die eigene Auffassung von sich selbst und die mit der eigenen Nationalität verbundenen Stereotype nicht unbedingt mit der Auffassung und den nationalen Stereotypen übereinstimmt, die andere von einem haben. Mit diesen Arbeitsblättern wird die Unterrichtseinheit mit einem Vergleich der SMiK-Daten mit dem eigenen Selbstbild abgeschlossen. Die Arbeitsblätter sollen die Lernenden für die Existenz von kulturbedingten Erwartungshaltungen und Normen sensibilisieren (*was ist „bei uns“ normal? Wie sehen „die Anderen“ uns?*) und daraufhin das „Ablegen“ der eigenen Kulturbrille motivieren, d.h. die Akzeptanz von anderen Sichtweisen – die Weltbilder anderer Kulturbrillen – als der eigenen fördern.



Typisch Deutschland: eigene Stereotype	Typisch Deutschland: SMiK-Stereotype

**Vergleich zwischen den eigenen Stereotypen und den SMiK-Daten**



**Aufgabe:**  
 Vergleicht die Wörter in den Visualisierungen auf dem Arbeitsblatt mit Euren Antworten: Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es?

Denkt bitte daran, dass es keine „richtigen“ und „falschen“ Stereotype gibt!

Typisch Dänemark: SMiK-Stereotype	Typisch Dänemark: eigene Stereotype











# SMiK-Arbeitsblatt 22: SMiK-Ergebnisse zu typisch dänisch und typisch deutsch – eher positiv

Auf diesem Arbeitsblatt findest Du eine Visualisierung der dänischen und der deutschen Antworten aus der SMiK-Umfrage zu „typisch deutsch – typisch dänisch“ zu den Fragen:

- 1) Was ist für Sie typisch deutsch? – (eher) positiv:
- 2) Was ist für Sie typisch dänisch? – (eher) positiv:

Je häufiger eine Antwort in der Umfrage vorkommt, desto größer wird das Wort in der Visualisierung dargestellt.

**Aufgabe:** Vergleiche die Wörter in den Visualisierungen mit den Antworten in Deiner Gruppe und beschreibe die Gemeinsamkeiten und Unterschiede. Denke bitte daran, dass es keine „richtigen“ und „falschen“ Stereotype gibt.





# SMiK-Arbeitsblatt 23: SMiK-Ergebnisse zu typisch dänisch und typisch deutsch – eher negativ

Auf diesem Arbeitsblatt findest Du eine Visualisierung der dänischen und der deutschen Antworten aus der SMiK-Umfrage zu „typisch deutsch – typisch dänisch“ zu den Fragen:

- 1) Was ist für Sie typisch deutsch? – (eher) negativ:
- 2) Was ist für Sie typisch dänisch? – (eher) negativ:

Je häufiger eine Antwort in der Umfrage vorkommt, desto größer wird das Wort in der Visualisierung dargestellt.

**Aufgabe:** Vergleiche die Wörter in den Visualisierungen mit den Antworten in Deiner Gruppe und beschreibe die Gemeinsamkeiten und Unterschiede. Denke bitte daran, dass es keine „richtigen“ und „falschen“ Stereotype gibt.















## 7 Sprachlich-kulturelle Handlungsmuster

### 7.1 Sprachlich-kulturelle Handlungsmuster und funktionale Angemessenheit in der deutsch-dänischen Kommunikation

In den Übungen auf den **SMiK-Arbeitsblättern 27-30** wird die Angemessenheit sprachlich-kultureller Handlungsmuster in vorgegebenen Situationen thematisiert. Angemessenheit bezieht sich hier im Sinne des Sprachkritik-Paradigmas<sup>5</sup> auf funktional angemessene Einhaltung von Normen und Erwartungshaltungen. Normen und Erwartungshaltungen im weiten Sinne manifestieren sich in konkreten Kommunikationssituationen u.a. als:

- Angemessener Sprachgebrauch im Hinblick auf u.a. Grammatik, Wortwahl und Bedeutung, Stil und Textmuster.
- Angemessene inhaltliche, formelle und pragmatische Gestaltung im Hinblick auf die Intention des Senders und die Erwartungen und Voraussetzungen der Empfänger, die Möglichkeiten des Mediums, des Textgegenstandes/-inhaltes etc.
- Angemessene Anpassung an ästhetische Normen mit dem Anspruch an Klarheit, Folgerichtigkeit, Wohlgeformtheit etc.
- Angemessener Einsatz parasprachlicher (Lautstärke, Intonation, Sprechgeschwindigkeit etc.) und nichtsprachlicher (Mimik, Gestik etc.) Phänomene.

Angemessenheit des Handelns wird für konkrete Situationen auf unterschiedlichen Ebenen bestimmt:

**Kultur** wird hier als ein offenes System der Kulturen aufgefasst, die in einer konkreten Situation repräsentiert sind und diese Situation beeinflussen können. Die interkulturelle Kommunikation wird somit als die Akzeptanz und Integration von anderen Kulturen in die eigenen Kulturen verstanden und nicht als ein Handeln zwischen abgeschlossenen Systemen von zwei oder mehr fremden und/oder nationalen Kulturen betrachtet.

**Organisation** wird im weiten Sinne als die institutionellen Formen aufgefasst, die für die Konstituierung einer Situation wichtig sind.

Unter der **sozialen Situation und Relationen** werden die gesellschaftlichen Verhältnisse, in denen sich die Teilnehmenden in einer Situation befinden, ihre sozialen Rollen und Beziehungen zueinander zusammengefasst.

Die Ebene der **Interaktion** umfasst den Umgang der Teilnehmenden miteinander in einer konkreten Situation.

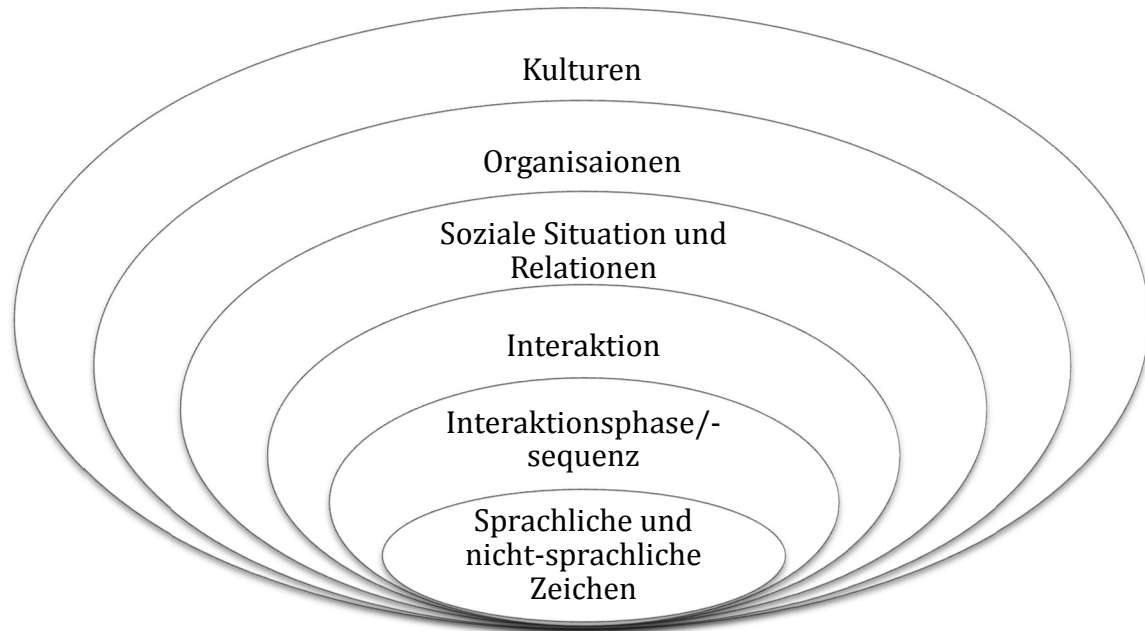
---

<sup>5</sup> Kilian, Jörg/Niehr, Thomas/Schiewe, Jürgen (2010): **Sprachkritik. Ansätze und Methoden der kritischen Sprachbetrachtung**. Berlin/New York. S. 41.

Die **Interaktionsphase** bzw. **Interaktionssequenz** bezieht sich auf Teilabschnitte einer konkreten Interaktion.

Auf der Ebene der **sprachlichen und nicht-sprachlichen Zeichen** werden die in einer Interaktionsphase verwendeten Zeichen erfasst.

Das Modell illustriert die Ebenen und ihre Relationen zueinander<sup>6</sup>:



Für diese Ebenen sind es unterschiedliche Handlungsmuster, die primär einen Einfluss auf die funktionale Angemessenheit des (inter-)kulturellen Handelns haben. Zu diesen Ebenen gehört das Wissen darüber, dass man die eigene Kommunikation an die sprachlichen, sozialen und kulturellen Bedingungen sowie an die Voraussetzungen der anderen Teilnehmenden in einer Situation anpassen muss.

Das primäre Ziel der Übungen auf den **SMiK-Arbeitsblättern 27-30** ist die Förderung des Aufbaus einer interkulturellen Kompetenz und der Fähigkeit zum Perspektivenwechsel (vgl. die **SMiK-Arbeitsblätter 25 und 26**) durch die Sensibilisierung für sprachliche und kulturelle Ähnlichkeiten und Unterschiede<sup>7</sup>.

Die Lernenden arbeiten insbesondere mit zwei sprachlichen Aspekten der mehrkulturellen Kommunikation: den **sprachlich gebundenen stereotypen Vorstellungen** (assoziative semantische Stereotype) und den **sprachlichen Handlungsmustern**. In der Arbeit mit den

---

<sup>6</sup> Dieses Modell ist eine modifizierte und erweiterte Version des Modells zur Differenzierung des Kontextes aus: Arendt, Birte/Kiesendahl, Jana (2013): Funktionale Angemessenheit. Gesprächs- und lehrwerksanalytische Perspektiven. In: *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes*. Heft 4, 336-355.

<sup>7</sup> **RePA Referenzrahmen für Plurale Ansätze zu Sprachen und Kulturen** (2009, [http://archive.ecml.at/mtp2/publications/c4\\_Repa\\_090724\\_IDT.pdf](http://archive.ecml.at/mtp2/publications/c4_Repa_090724_IDT.pdf))

sprachlich gebundenen Stereotypen in den Kapiteln 2-6 ging es vor allem darum, bei den Lernenden ein Bewusstsein für sprachlich und kulturell tradierte Stereotype zu wecken. In den Übungen dieses Kapitels fokussieren wir Unterschiede und Ähnlichkeiten in sprachlich-kulturellen Normen, die konkrete Kommunikationssituationen beeinflussen können. Die Übungen sind darauf ausgelegt, das Wissen der Lernenden über deutsch-dänische Unterschiede und Ähnlichkeiten sowie ein Bewusstsein für funktional angemessenes Handeln auszubauen. Insbesondere sollen sie Kenntnisse darüber erwerben, dass es unterschiedliche sprachliche Handlungsmuster gibt, die in der inter- und mehrkulturellen einen Einfluss haben können. Dazu sollen die Lernenden üben, dass sich ähnliche kulturelle Handlungsmuster sprachlich auf verschiedene Art und Weise manifestieren können, d.h. mit unterschiedlichen sprachlichen Mitteln realisiert werden.

Die Auswertung der Interviewdaten aus dem SMiK-Projekt zeigt, dass die erlebten Unterschiede und Überraschungen in der deutsch-dänischen interkulturellen Kommunikation zu verschiedenen Themenbereichen gehören, die auf verschiedenen Niveaus unseres Modells eingeordnet werden können: Kultur und Mentalität, Erwartungshaltungen, Handlungen, Normen (z.B. Kleidung, Pünktlichkeit, Höflichkeit, Ordnung vs. Lässigkeit) und nicht zuletzt Sprache und sprachlich manifestierte Handlungsmuster. Es werden u.a. Unterschiede in der E-Mailkommunikation genannt, die sich sowohl im Wortlaut, Grad der Formalität, Art und Menge der Informationen als auch den üblichen Antwortzeiten zeigen. Weiterhin wird die Notwendigkeit des adäquaten Wissens um Höflichkeitsphrasen, Smalltalk-Themen, die Verwendung von „Sie“/„du“ etc. in der jeweils anderen Sprache thematisiert. Die Resultate aus den Interviews werden hier nicht in Generalisierungen darüber, wie die Dänen sind und wie die Deutschen sind – damit würden wir die Stereotypisierung „der Anderen“ noch verstärken – zusammengefasst. Stattdessen werden die Resultate in Übungen implementiert, die ihren Ausgangspunkt in konkreten Kommunikationssituationen haben und in denen das Bewusstsein der Lernenden für funktional adäquate Kommunikation in Relation zu den Ebenen unseres Modells trainiert wird.

Die Übungen beinhalten einen fiktiven Handlungsverlauf aus der deutsch-dänischen interkulturellen Kommunikation. In vorgegebenen Situationen aus diesem Handlungsverlauf sollen die Lerner sprachlich-kulturelle Ähnlichkeiten und Unterschiede herausarbeiten. Es handelt sich um ausgewählte Beispiele zu sprachlichen Handlungsmustern in der Geschäftskommunikation sowie um Übungen zu funktional angemessenem Handeln bei einem Restaurantbesuch. An dieser Stelle möchten wir betonen, dass die Lernenden sich in den Übungen nicht nur mit der anderen Kultur sondern auch mit der Eigenkultur beschäftigen müssen, um Ähnlichkeiten und Unterschiede erkennen und bearbeiten zu können.

Die Auswahl der hier präsentierten Situationen und Beispiele verstehen wir als eine Inspiration dazu, mit den Lernern über die Übungen hinaus mit dem Konzept der funktional angemessenen

Kommunikation in anderen Situationen zu arbeiten; die Auswahl sollte somit nicht als eine Checkliste für die deutsch-dänische Kommunikation verwendet werden. Das Ziel der Übungen in diesem Kapitel ist es, bei den Lernenden ein Verständnis für ihre eigenen sprachlich-kulturellen Handlungsmuster und deren sprachliche Manifestation sowie für ihre normbestimmten Erwartungen in der Kommunikation aufzubauen.

Eine Musterlösung für die Übungen geben wir nicht vor, denn für einige der Übungen gibt es nicht nur eine richtige Lösung. Die Lösungsmöglichkeiten sind vielmehr von den Voraussetzungen und dem Wissen sowie den Erwartungshaltungen der Lernenden abhängig. Die Lösungsvorschläge der Lernenden sollten daher abschließend in der Klasse diskutiert und im Hinblick auf ihre Angemessenheit problematisiert werden.

## 7.2 Kopiervorlagen der SMiK-Arbeitsblätter 27-30

### SMiK-Arbeitsblatt 27: Sprachliche Angemessenheit (E-Mail)

Auf dem **SMiK-Arbeitsblatt 27** sollen die Lerner eine deutschsprachige Anfrage analysieren, die per E-Mail von einem dänischen Kunden an eine deutsche Firma geschickt wurde. Als Grundlage für den Vergleich empfehlen wir, den Lernenden den Beispieltext auf der nachfolgenden Seite oder einen Beispieltext für Anfragen aus einem Handbuch zur deutschen Geschäftskommunikation zur Verfügung zu stellen. In der E-Mail werden u.a. folgende dänische sprachliche Handlungsmuster realisiert, die sich von den deutschen unterscheiden:

- Verwendung des Vornamens, das Duzen, informelle Grußformeln und das Setzen von Satzzeichen nach Grußformeln.

Zudem werden das Textmuster (Inhalte) und der formelle Stil einer geschäftlichen Anfrage nicht eingehalten.

Erfahrungsgemäß wird das Wort *Höflichkeit* in der Diskussion fallen. In Bezug auf die angenommene Höflichkeit der Deutschen ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass das *Siezen* in deutschen Geschäftskontexten einfach nur die normale Anredeform und kein Ausdruck für eine besondere Höflichkeit ist. Das deutsche *Siezen* entspricht hier dem dänischen *Du*-Sagen, das genauso höflich ist, wie in Deutschland das *Sie*-Sagen. Eine wichtige Erkenntnis der Lernenden sollte das Verstehen dessen sein, dass das dänische und das deutsche *Siezen* und *Duzen* trotz des Vorhandenseins formal gleicher Pronomen sowie die Verwendung von Vor- und Nachnamen und der Anrede *Frau/Herr* grundsätzlich unterschiedliche Bedeutungen und Funktionen in den beiden Sprachen haben.

### SMiK-Arbeitsblatt 28: Sprachliche Angemessenheit (Telefongespräch)

Die Thematisierung der sprachlichen Realisierung von kulturellen Handlungsmustern wird auf dem **SMiK-Arbeitsblatt 28** fortgesetzt. Auf der ersten Seite erhalten die Lernenden eine kurze Übersicht über die Struktur eines geschäftlichen Telefongesprächs als Grundlage für die eigene Analyse des folgenden Gesprächs zwischen dem deutschen und dem dänischen Gesprächspartner. Zum Arbeitsblatt gehört eine Audio-Datei mit der Aufnahme des Gesprächs, die Sie unter [www.stereotypenprojekt.eu](http://www.stereotypenprojekt.eu) abrufen können. Wir empfehlen, dass die Lernenden zuerst nur die erste Seite bekommen, dann das Gespräch hören und danach die Transkription des Gesprächs für die Analyse erhalten. Der Gesprächstext enthält neben den kulturell geprägten sprachlichen Handlungsmustern zudem sprachliche Formulierungen, die wortwörtlich unreflektiert aus der Erstsprache Dänisch ins Deutsche übernommen werden wie z.B. *ich stelle dich wieder zu ihm* (Zeile 7), *super lecker* (Zeile 10), *alles soll neue werden* (Zeile

12), und *Ein schönes heute für dich* (Zeile 24). Die Abwesenheit von Höflichkeitsfloskeln wie *bitte* und *danke* beim dänischen Sprecher ist auf Unterschiede darin zurückzuführen, wie man Höflichkeit mit und in der Sprache realisiert.

### **SMiK-Arbeitsblatt 29: Kulturelle Handlungsmuster in der Geschäftskommunikation**

Das **SMiK-Arbeitsblatt 29** dient der Aktivierung vom Wissen über kulturelle Handlungsmuster in vorgegebenen Situationen; die Lernenden sollen darüber reflektieren, was in den Situationen als normal angesehen und welche Handlungen erwartet werden. Es wird vorausgesetzt, dass die Lernenden die eigenkulturellen Erwartungshaltungen als Vergleich heranziehen können, um insbesondere Unterschiede als Ursachen für potenzielle, ungewollte Normverletzungen erkennen und beschreiben zu können.

### **SMiK-Arbeitsblatt 30: Kulturelle Handlungsmuster (Restaurantbesuch)**

Zum **SMiK-Arbeitsblatt 30** gehören 6 Situationen eines Restaurantbesuchs mit Situationsbeschreibungen für die Handlungen der beiden Geschäftspartner. Themen der Situationen sind:

**Situation 1:** Einhaltung von verabredeten Zeitpunkten, die Rolle von Umgangsformen, z.B. wann und wie entschuldigt man sich, wenn man zu spät kommt?

**Situation 2:** situationsangemessene Anredeformen, die Rolle von Umgangsformen im Alltag und in geschäftlichen Situationen.

**Situation 3:** Kulturspezifische Aspekte von Essen und Getränken.

**Situation 4:** die Rolle von Umgangsformen, das Benehmen am Tisch, Geschäftsessen.

**Situation 5:** Smalltalk, elektronische Gadgets, insbesondere die Benutzung von Smartphones.

**Situation 6:** Essenseinladungen; Wer bezahlt die Rechnung? Wie viel Trinkgeld gibt man? Sich verabschieden.

Die Situationsbeschreibungen sind als Anregungen zur Diskussion über kulturelle Handlungsmuster, vorgegebene Handlungsabläufe und angemessenes Handeln in sowohl der eigenen als auch in der anderen Kultur gedacht. Hier gibt es sowohl Ähnlichkeiten (Einhaltung von verabredeten Zeitpunkten bei Geschäftstreffen) als auch Unterschiede (z.B. Trinkgeld, sprachliche Umgangsformen) zwischen den beiden Ländern. Es ist zudem nicht immer möglich nur eine einzige „richtige“ Lösung anzugeben, denn einige Antworten werden von den Erwartungshaltungen und Normvorstellungen der Lernenden abhängen – und für einige Situationen gibt es schlicht keine „Musterlösung“.

## SMiK-Arbeitsblatt 27: Sprachliche Angemessenheit (E-Mail)

Sie sind Stephan Müller, Geschäftsführer der Firma „Möbellager Müller“ in Kiel. Sie haben folgende E-Mail bekommen:

To: [s.mueller@moebellager-mueller.de](mailto:s.mueller@moebellager-mueller.de)  
**Betreff: Einrichtung von Büro**

---

Hi Stephan

Ich habe eine große Firma in Sønderborg und ich brauche neue Einrichtung für meine Büros. Ich kann eure Möbel gut leiden. Kannst du mir ein Angebot schicken?

Viele Grüße,

Jørgen

Jørgen Lunderskov  
 Adm. Direktør  
 Lunderskov A/S  
 Vestergade 500  
 6400 Sønderborg  
[www.lunderskov.dk](http://www.lunderskov.dk)  
 +45 1234 5678  
 CVR.-nummer: 98765432

Was ist in dieser E-Mail evtl. anders als in einer typischen deutschen Geschäfts-E-Mail? Beschreiben Sie, welche Abweichungen von den Normen für deutsche Geschäftskommunikation in der E-Mail vorkommen und geben Sie an, wie Sie die E-Mail angemessen formulieren würden:

Abweichung	Angemessene Formulierung



## Beispiel für eine deutschsprachige Anfrage per E-Mail:

To: [vertrieb@bierbrauhaus.de](mailto:vertrieb@bierbrauhaus.de)  
Betreff: **Anfrage: Essen und Getränke für ein Oktoberfest in Dänemark**

Sehr geehrte Damen und Herren,

einer unserer Zusammenarbeitspartner hat uns Ihre Firma empfohlen. Wir sind ein Eventveranstalter in Odense, Dänemark, und wir sind dabei, für den 25. September ein Oktoberfest mit 500 Gästen in Odense zu planen. Das Fest soll so authentisch wie möglich sein und wir suchen einen Lieferanten für entsprechende Getränke und Essen.

Können Sie uns einen Vorschlag für ein traditionelles Oktoberfestmenü inkl. ausreichend Getränke für 500 Personen zusammenstellen? Zu den in Ihrem Vorschlag enthaltenen Positionen bitten wir um ein kostenloses und verbindliches Angebot einschließlich Verkaufs- und Lieferbedingungen.

Herzlichen Dank im Voraus für Ihre Mühe.

Mit freundlichen Grüßen

Hans C. Andersen

Hans C. Anderssen  
Adm. Direktør  
Odense Eventmanagement A/S  
Vestergade 500  
5000 Odense C  
[www.odense-eventmanagement.dk](http://www.odense-eventmanagement.dk)  
+45 1234 5678

CVR.-nummer: 98765432

## SMiK-Arbeitsblatt 28: Sprachliche Angemessenheit (Telefongespräch)

Sie spielen immer noch die Rolle als Stephan Müller. Sie freuen sich über die E-Mail, denn ihre Firma „Möbellager Müller“ braucht dringend Aufträge. Sie haben daher im Internet recherchiert und festgestellt, dass es sich bei der Firma Lunderskov A/S tatsächlich um eine mittelständische dänische Firma handelt, die vier Filialen (=Büros) in Kopenhagen, Odense, Aarhus und Sonderburg hat. Sie wollen daher herausfinden, ob sich ein Auftrag von dieser Firma lohnt, d.h. in welchem Umfang und zu welchen Bedingungen eine evtl. Bestellung erfolgen würde. Sie beschließen, Herrn Lunderskov anzurufen und versuchen, mit ihm Deutsch zu sprechen, denn er hat ja auf Deutsch geschrieben.

Geschäftliche Telefongespräche folgen einer mehr oder weniger festgelegten Struktur:

### 1. Begrüßung und Klärung des Gesprächsinhalts und des zuständigen Gesprächspartners:

Die/der Angerufene meldet sich mit dem Namen ihrer/seiner Firma, ihrem/seinem vollen Namen und einem Gruß. Zusätzlich kann man hier bereits einen freundlichen Satz zur Einleitung des Gesprächs hinzufügen:

**SM:** *Möbellager Müller, Stephan Müller.*

**SM:** *Möbellager Müller, guten Morgen, Sie sprechen mit Stephan Müller. Was kann ich für Sie tun?*

Die Anruferin/der Anrufer meldet sich mit einem Gruß, ihrem/seinem vollen Namen und dem Namen ihrer/seiner Firma:

**CV:** *Guten Tag, mein Name ist Clara Vogel von der Zeitschrift Modernes Wohnen. Ich habe auf Ihrer Homepage gesehen, dass Sie letzte Woche eine neue dänische Möbelmarke exklusiv in Ihr Sortiment aufgenommen haben. Wir planen ein Themenheft zu dänischem Design und würden gerne über diese Möbelmarke berichten.*

### 2. Das eigentliche Gespräch, in dem die Ziele des Anrufs dargestellt und zu erreichen versucht werden (Warum rufe ich an? Welche Argumente habe ich für mein Anliegen?).

### 3. Kurze Zusammenfassung des Gesprächsergebnisses zur Verständnissicherung und Klärung von Missverständnissen:

**CV:** *Schön, dass es klappt mit dem Bericht, Herr Müller. Ich fasse zusammen: Wir treffen uns am 8. Mai um 13 Uhr. Ich bringe meinen Fotografen mit und dann besprechen wir alles andere bei Ihnen im Geschäft.*

**SM:** *Also 13 Uhr? Ich hatte mir 14 Uhr notiert, aber 13 Uhr würde auch passen.*

**CV:** *Sie haben Recht, es ist mein Fehler, 13 Uhr ist richtig. Ich freue mich auf das Treffen und wünsche Ihnen einen schönen Tag!*

### 4. Abschiedsgruß: *Auf Wiederhören!* oder *Tschüs!* Sind übliche Abschiedsformeln am Telefon. Auch *Auf Wiedersehen!* ist gebräuchlich, insbesondere, wenn im Gespräch ein konkretes Treffen vereinbart wurde. Eventuell kann dem Abschiedsgruß ein freundlicher Satz wie *Alles Gute!*, *Bis bald!* oder *Ich wünsche Ihnen einen guten Tag!* vorangestellt werden.

*Sie hören folgendes Telefonat zwischen Stephan Müller (=Sie) und Herrn Lunderskov.*

**Sie rufen an und eine Frau antwortet:**

- (1) **Frau:** Ja
- (2) **SM:** Guten Morgen, mein Name ist Stephan Müller, bin ich mit der Firma Lunderskov verbunden?
- (3) **Frau:** Ja
- (4) **SM:** Ich möchte gerne mit Herrn Lunderskov sprechen.
- (5) **Frau:** Was, ich habe dich nicht verstanden, mit wem möchtest du sprechen?
- (6) **SM:** Mit Herrn Lunderskov, Jørgen Lunderskov.
- (7) **Frau:** Ach so, du willst mit Jørgen sprechen, ich stelle dich wieder zu ihm.
- (8) **JL:** Jørgen
- (9) **SM:** Guten Tag, Stephan Müller mein Name, vom Möbellager Müller in Kiel. Ich habe Ihre E-Mail mit der Anfrage nach Büromöbeln erhalten.
- (10) **JL:** Guten Morgen, gut, dass du anrufst Stephan. Ich finde eure Möbel super lecker.
- (11) **SM:** Ja, das freut mich sehr. Herr Lunderskov, ich mache Ihnen gerne ein Angebot, würde dafür aber auch gerne mehr über Ihre Wünsche erfahren. Was für Möbel brauchen Sie denn? Woran haben Sie denn gedacht?
- (12) **JL:** Ach, ich habe so viele Büros und alles soll neue werden. Ich finde eure Möbel für das Wohnzimmer auch sehr schön. Machst du auch Schlafzimmer und Kinderzimmer?
- (13) **SM:** Ja, wir haben auch Möbel für den privaten Haushalt im Programm, ich würde aber gerne mit Ihnen über die Büromöbel sprechen.
- (14) **JL:** Ja.
- (15) **SM:** Herr Lunderskov, Sie schreiben, dass Sie für Ihre Büros neue Möbel brauchen. Um wie viele Büros geht es und für welche Möbel möchten Sie von uns ein Angebot bekommen?
- (16) **JL:** Wir haben 4 Büros. Wir brauchen Tische, Stühle, Regale, Lampen und alles andere.
- (17) **SM:** Verstehe ich Sie richtig, Sie möchten gerne eine komplette Ausstattung für alle Arbeitsplätze in Ihren vier Büros?
- (18) **JL:** Ja, genau.
- (19) **SM:** Um wie viele Arbeitsplätze handelt es sich denn insgesamt, Herr Lunderskov?
- (20) **JL:** In jedem Büro haben wir 5 Arbeitsplätze.
- (21) **SM:** Gut, Herr Lunderskov, ich schicke Ihnen heute Nachmittag einen Vorschlag für Möbel und ein Angebot für die komplette Ausstattung von 4 Büros mit jeweils 5 Arbeitsplätzen per E-Mail. Ich schicke Ihnen auch unsere aktuellen Kataloge, damit Sie sich in Ruhe unsere Auswahl an Farben und Designs anschauen können.
- (22) **JL:** Das ist gut, Stephan, das gefällt mir.
- (23) **SM:** Vielen Dank, Herr Lunderskov, auf Wiederhören.
- (24) **JL:** Ein schönes heute für dich, wir sehen uns.

**Aufgabe:** Während des Gesprächs hat Herr Lunderskov Sie geduzt und mit dem Vornamen angesprochen – Sie haben ihn gesiezt und seinen Nachnamen verwendet. Wie ist die angemessene Anrede in der deutschen Geschäftskommunikation? Schreiben Sie das Telefongespräch um, sodass sich die Gesprächspartner für geschäftliche Telefongespräche angemessen verhalten. Achten Sie dabei auf die angemessene Verwendung von Namen (dem eigenen und dem Namen des Gesprächspartners, ggf. Firmennamen) sowie Anredeformen (du/Sie), Höflichkeitsausdrücke und sprachliche Fehler. Überlegen Sie auch, ob Sie den Inhalt und die Reihenfolge von Informationen im Gesprächsverlauf besser strukturieren können:

**(1) Frau:**

**(2) SM:**

**(3) Frau:**

**(4) SM:**

**(5) Frau:**

**(6) SM:**

**(7) Frau:**

**(8) JL:**

**(9) SM:**

**(10) JL:**

**(11) SM:**

**(12) JL:**

**(13) SM:**

**(14) JL:**

**(15) SM:**

**(16) JL:**

**(17) SM:**

**(18) JL:**

**(19) SM:**

**(20) JL:**

**(21) SM:**

**(22) JL:**

**(23) SM:**

**(24) JL:**

## SMiK-Arbeitsblatt 29: Kulturelle Handlungsmuster in der Geschäftskommunikation

Herr Lunderskov hat das Angebot der Firma Möbellager Müller in Kiel über die Büroeinrichtung angenommen, er möchte aber persönlich nach Kiel kommen und die Farben sowie die Zusammenstellung der Möbel für die einzelnen Büros besprechen. Er bereitet seine Reise nach Kiel vor und schreibt folgende E-Mail an seinen dänischen Freund Christian, der als Kommunikationsberater Firmen mit Kontakt nach Deutschland berät.

To: [c.henriksen@Communicationstrainer.dk](mailto:c.henriksen@Communicationstrainer.dk)  
Betreff: Reise nach Deutschland

Hallo Christian

Wie du weißt, lasse ich alle meine Büros neu einrichten und ich fahre übermorgen nach Kiel, um die neue Büroausstattung gemeinsam mit dem Hersteller auszuwählen. Du hast ja ständig mit Deutschland zu tun und ich kann zwar gut Deutsch, ich weiß aber nicht sehr viel über Deutschland und die Deutschen. Ich möchte dich deshalb fragen, was man so üblicherweise in Deutschland zu Business-Treffen anzieht. Vielleicht kannst du mir auch ein paar Tipps zu Regeln für Kommunikation, Umgangsformen (wir gehen auch etwas feiner essen) und solchen Sachen geben?

Grüße deine Frau und Kinder von mir!

Herzlich

Dein Jørgen

Jørgen Lunderskov  
Adm. Direktør  
Lunderskov A/S  
Vestergade 500  
6400 Sønderborg  
[www.lunderskov.dk](http://www.lunderskov.dk)  
+45 1234 5678

CVR.-nummer: 98765432

**Aufgabe:** Welche Tipps und Tricks gibt Christian seinem Freund Jørgen? Schreibt in Gruppen von 2-4 Lernenden eine ausführliche Antwort-E-Mail (auf Deutsch) von Christian Henriksen an Jørgen Lunderskov und gebt ihm die gewünschten Tipps (auch zu möglichen Fettnäpfchen), damit seine Reise nach Kiel ein Erfolg wird. Denkt bitte daran, dass er sowohl Informationen für das Geschäftstreffen (mit Geschäftsessen) als auch für den täglichen Umgang im Hotel, Taxi etc. braucht.

To: [Joergen@Lunderskov.dk](mailto:Joergen@Lunderskov.dk)  
Betreff: AW: Reise nach Deutschland

---

Hallo Jørgen

Herzliche Grüße

Dein Christian

Christian Henriksen  
CEO  
DanKomm Kommunikationstræning  
Rolighedsvej 618  
2000 Frederiksberg C  
+45 8765 4321  
CVR.-nummer: 23456798

## SMiK-Arbeitsblatt 30: Kulturelle Handlungsmuster im Rollenspiel „Restaurantbesuch“

In den folgenden Übungen treffen sich die beiden Geschäftsmänner Stephan Müller und Jørgen Lunderskov in einem Restaurant in Kiel. Herr Lunderskov hat bereits die Ausstattung für seine Büros ausgesucht und bestellt. Er ist sehr zufrieden mit dem Geschäft und hat Herrn Müller für 19 Uhr zum Abendessen eingeladen, um die neue Geschäftsbeziehung zu feiern (und die Tipps und Tricks von seinem Freund auszuprobieren). Herr Müller hat sein Lieblingsrestaurant, das „Gasthaus“, vorgeschlagen. Herr Müller ist pünktlich um 18:55 Uhr vor dem Restaurant, Herr Lunderskov kommt aber erst um 19:45 Uhr dort an.

Die folgende Übung enthält 6 Situationen bei einem Restaurantbesuch aus der Perspektive von **Stephan Müller (Situation a)** und **Jørgen Lunderskov (Situation b)**. Sie übernehmen in der Übung eine der beiden Rollen, d.h. in Situation a verkörpern Sie Stephan Müller und bei Situation b begeben Sie sich in die Rolle von Jørgen Lunderskov.

Sie sollen bitte als Erstes die Situationsbeschreibung lesen und überlegen, wie Sie sich in der vorgegebenen Situation (in Ihrer Rolle als Herr Müller oder Herr Lunderskov) verhalten würden. Dann spielen Sie mit Ihrer Lernpartnerin oder Ihrem Lernpartner ein Gespräch zwischen Herrn Müller und Herrn Lunderskov durch, das zur Situation passt. Die Instruktionen dazu stehen in Ihrer Situationsbeschreibung. Sie schließen die Übung ab mit einer Diskussion mit Ihrer Lernpartnerin oder Ihrem Lernpartner über die vorgegebenen Fragen sowie die generellen Fragen für die Diskussion der Situationen.

### Generelle Fragen für die Diskussion der Situationen sind:

- (1) Welches Handeln ist für vorgegebene Situation in Deutschland und Dänemark angemessen?
- (2) Inwieweit handeln die Personen angemessen oder unangemessen für die Situation?
- (3) Gibt es Unterschiede zwischen dem angemessenen Handeln in Deutschland und Dänemark?
- (4) Inwiefern handelt es sich bei unangemessenen Handlungen um kulturell bedingte Handlungsmuster?
- (5) Wie würden Sie auf unangemessenes (sprachlich-kulturelles) Handeln reagieren?
- (6) Welchen – positiven oder negativen – Einfluss könnte das Handeln in der Situation auf die Geschäftsbeziehung zwischen den beiden Geschäftspartnern haben?
- (7) Wie geht man angemessen miteinander um, d.h. welche Rolle spielen Umgangsformen in Deutschland und Dänemark?



**Situation 1a: Sie sind Stephan Müller**

Ihr dänischer Geschäftspartner Jørgen Lunderskov hat Sie nach dem erfolgreichen Geschäft zu einem Abendessen in einem Restaurant in der Stadt eingeladen. Die Verabredung steht für 19:00 Uhr an und Sie sollen ihn vor dem Restaurant treffen.

Sie kommen um 18:55 Uhr vor dem Restaurant an. Von Herrn Lunderskov fehlt allerdings jede Spur. Es regnet in Strömen. Trotzdem beschließen Sie, draußen vor dem Restaurant auf ihn zu warten, denn Sie haben keine Nachricht erhalten, die auf seine Verspätung hinweist. Sie sind schon ziemlich verärgert und Ihnen ist eiskalt vom Warten im Regen, als er Viertel vor acht endlich auftaucht. Sie reichen ihm die Hand, aber er versucht Sie zu umarmen und grüßt Sie mit „*Hallo Stephan, schön, dass du schon da bist! Dann können wir ja gleich reingehen. Ich habe so einen Hunger!*“.

**Inwieweit entspricht sein Gruß Ihren Erwartungen? Was antworten Sie?**

**Spielen Sie das Gespräch nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Inwieweit entspricht der Gruß von Herrn Lunderskov Ihren Erwartungen? Was würden Sie zu Herrn Lunderskov sagen?**
- **Wie wichtig ist das Einhalten von verabredeten Zeitpunkten in Deutschland und in Dänemark?**
- **Um wie viele Minuten darf man zu spät kommen?**
- **Was ist zu tun, wenn man sich verspätet?**
- **Welche Rolle spielen Umgangsformen in geschäftlichen Situationen in Deutschland und in Dänemark?**

**Situation 1b: Sie sind Jørgen Lunderskov**

Sie haben Herrn Müller nach dem Vertragsabschluss zu einem Abendessen in einem Restaurant in der Stadt eingeladen. Die Verabredung steht für 19:00 Uhr an und Sie sollen sich vor dem Restaurant treffen.

Sie kommen mit einer kleinen Verspätung, also um 19:45 Uhr, beim Restaurant an. Sie haben in der Stadt einen alten Bekannten getroffen und wurden von diesem zu einem Bierchen eingeladen. Sie sind daher schon etwas angeheitert und sehr gut gelaunt.

Sie grüßen fröhlich mit einer Umarmung und den Worten „*Hallo Stephan, schön, dass du schon da bist! Dann können wir ja gleich reingehen. Ich habe so einen Hunger!*“.

Herr Müller wirkt in seiner Antwort etwas missgestimmt. Sie erzählen daher einen Witz, um ihn aufzuheitern.

**Wie antworten Sie Herrn Müller? Welchen Witz erzählen Sie?**

**Spielen Sie das Gespräch nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Warum ist Herr Müller missgestimmt? Was würden Sie zu Herrn Müller sagen?**
- **Wie wichtig ist das Einhalten von verabredeten Zeitpunkten in Deutschland und in Dänemark?**
- **Um wie viele Minuten darf man zu spät kommen?**
- **Was ist zu tun, wenn man sich verspätet?**
- **Welche Rolle spielen Umgangsformen in geschäftlichen Situationen in Deutschland und in Dänemark?**

**Situation 2a: Sie sind Stephan Müller**

Herr Lunderskov ist 45 Min. zu spät zum Restaurant gekommen. Es ist kalt, es regnet und Sie sind schon ziemlich sauer. Eigentlich wollten Sie gerade nach Hause gehen. Sie bemerken bei der Begrüßung, dass Herr Lunderskov angeheitert ist und eine leichte „Fahne“ hat. Er sagt „Du“ zu Ihnen, nennt Sie Stephan und er entschuldigt sich nicht einmal für das Zuspätkommen. Da er aber ein wichtiger Kunde werden könnte, sagen Sie erst einmal nichts.

Sie wollen nun in das Restaurant gehen. Sie strecken Ihre Hand nach dem Türgriff aus, aber Herr Lunderskov kommt Ihnen zuvor und will Ihnen die Tür öffnen – glauben Sie zumindest. Stattdessen geht er zuerst zur Tür hinein, ohne diese für Sie offen zu halten und Sie bekommen die Tür fast ins Gesicht geknallt. Herr Lunderskov geht zielstrebig zu dem schönsten Fenstertisch hin, auf dem ein Schild mit „Reserviert“ steht, zieht seine Jacke aus, wirft sie über den Stuhlrücken und setzt sich hin, während Sie noch an der Tür stehen. Er winkt Ihnen zu und ruft: „Hey Stephan, warum kommst du nicht? Was ist los mit dir?“.

**Sie sind jetzt stinksauer und bleiben an der Tür stehen. Was antworten Sie? Spielen Sie das Gespräch nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Inwieweit ist die Verwendung von „Du“ und dem Vornamen in dieser Situation angemessen?**
- **Wie ist Ihrer Meinung nach die situationsangemessene Anrede in dieser Situation? Wie würden Sie Herrn Lunderskov die angemessene Anrede erklären?**
- **Welche Rolle spielen Umgangsformen in geschäftlichen Situationen in Deutschland und in Dänemark?**

**Situation 2b: Sie sind Jørgen Lunderskov**

Sie kommen ein wenig zu spät um 19:45 Uhr am Restaurant an, weil Sie zufällig einen alten Freund getroffen und mit ihm ein Bierchen getrunken haben. Herr Müller steht schon vor dem Restaurant und wartet. Sie grüßen ihn fröhlich mit „Hallo Stephan, schön, dass du schon da bist!“. Er wirkt aber unzufrieden und sieht auch etwas unterkühlt aus. Sie wollen daher schnell rein in die Wärme. Sie öffnen die Tür und gehen ins Restaurant, suchen sich den schönsten Fenstertisch aus, hängen die Jacke über den Stuhl und setzen sich. Erst dann bemerken Sie, dass Herr Müller noch an der Tür steht.

Sie winken ihm zu und rufen: „Hey Stephan, warum kommst du nicht? Was ist los mit dir?“ Herr Müller antwortet, aber Sie verstehen seine Antwort nicht; er spricht zu leise. Sie rufen daher nochmal und noch lauter: „Stephan, ich kann dich nicht hören! Du musst herkommen!“ Dann sehen Sie die Bedienung an der Theke stehen. Sie nutzen die Gelegenheit, schnippen mit den Fingern und rufen zu ihr: „Ein Bier für mich!“ Alle anderen Gäste im Restaurant drehen sich nach Ihnen um. Das stört Sie aber nicht, denn Sie sind nach dem erfolgreichen Tag und dem Treffen mit Ihrem Freund ausgesprochen gut gelaunt. Herr Müller steht aber immer noch an der Tür und sieht jetzt richtig verärgert aus.

**Warum ist Herr Müller missgestimmt? Was ist das Problem? Wie reagieren Sie auf die Antwort und das Verhalten vom Herrn Müller? Spielen Sie das Gespräch nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Inwieweit ist die Verwendung von „Du“ und dem Vornamen in dieser Situation angemessen?**
- **Wie ist Ihrer Meinung nach die situationsangemessene Anrede in dieser Situation? Wie würden Sie Herrn Lunderskov die angemessene Anrede erklären?**
- **Welche Rolle spielen Umgangsformen in geschäftlichen Situationen in Deutschland und in Dänemark?**

### Situation 3a: Sie sind **Stephan Müller**

Im Restaurant hat sich Herr Lunderskov einfach an einen Tisch gesetzt, ohne auf Anweisung eines Angestellten des Restaurants zu warten. Herr Lunderskov ruft laut nach Ihnen und nach der Bedienung, schnippt mit den Fingern und verhält sich sehr auffällig. Dann kommt eine Bedienung mit der Speisekarte in der Hand und fragt Sie höflich, ob Sie sich an einen anderen Tisch setzen könnten, da dieser leider reserviert sei. Sie stehen auf und gehen mit der Bedienung die Treppe zur oberen Etage im Restaurant hoch. Herr Lunderskov folgt Ihnen. Die Bedienung gibt Ihnen die Speisekarte und sagt, seine Kollegin werde gleich ein Bier bringen und die Bestellung aufnehmen.

Sie merken, dass Herr Lunderskov versucht, die Stimmung zu retten, indem er Ihre Restaurantwahl lobt. Sie essen sehr gerne Fleisch und haben gehört, dass man auch in Dänemark viel und gerne Fleisch esse. Daher haben Sie Herrn Lunderskov in Ihr Lieblingsrestaurant mitgenommen, denn hier bekommt man sehr viele und sehr gute traditionelle deutsche Fleischgerichte. Wie reagieren Sie auf das Lob vom Herrn Lunderskov? Was antworten Sie?

Sie haben sich für die Schweinshaxe entschieden, die zu Ihrem Lieblingsessen gehört. Herr Lunderskov sieht unentschieden aus und Sie fragen ihn: „Kann ich Ihnen bei der Auswahl helfen?“

**Spielen Sie das Gespräch nach, bis Sie Herrn Lunderskov die Speisekarte so gut erklärt haben, dass er sich auch ein Gericht aussuchen kann. Diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Wie kann man die deutsche Küche so erklären, dass Menschen aus anderen Kulturen sie verstehen?**
- **Wie kann man die Namen der Gerichte ins Dänische übersetzen?**
- **Welche dänischen Gerichte gibt es, die für Menschen aus anderen Kulturen erklärt werden müssen?**

### Situation 3b: Sie sind **Jørgen Lunderskov**

Sie haben sich im Restaurant an den schönsten Fenstertisch gesetzt. Sie haben Durst und rufen: „*Ein Bier für mich!*“ zur Bedienung an der Theke. Da die Bedienung darauf nicht reagiert, versuchen Sie, noch deutlicher auf sich aufmerksam zu machen, indem Sie die Hand hochhalten und mit dem Finger schnippen. Dann kommt eine Bedienung mit der Speisekarte in der Hand und fragt Sie höflich, ob Sie sich an einen anderen Tisch setzen könnten, da dieser leider reserviert sei. Sie möchten eigentlich an diesem Tisch bleiben, sehen aber, dass Herr Müller schon aufgestanden ist und mit der Bedienung die Treppe zur oberen Etage im Restaurant hochgeht. Sie folgen beiden ins Obergeschoss. Die Bedienung gibt Ihnen die Speisekarte und sagt, seine Kollegin werde gleich ein Bier bringen und die Bestellung aufnehmen. Sie versuchen die Stimmung zu retten: „*Das ist aber ein schönes Restaurant, sehr typisch deutsch, stimmt's? Das Essen ist bestimmt sehr gut. Seitdem ich Vegetarier bin, ist es für mich nicht so einfach bei uns in Dänemark gutes Essen zu finden, es gibt bei uns einfach nicht genug Leute, die vegetarisch essen.*“

Sie schlagen die Speisekarte auf und verstehen kein Wort außer „Steak“ und „Currywurst“. Sie sind etwas überrascht, sagen aber erst einmal nichts und versuchen, die vegetarischen Gerichte zu finden. Sie antworten, dass Sie leider ganz viele Wörter nicht kennen und bitten Herrn Müller, Ihnen die Gerichte zu erklären.

**Spielen Sie das Gespräch nach, bis Herr Müller Ihnen die Speisekarte so gut erklärt hat, dass Sie sich ein vegetarisches Gericht aussuchen können. Diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Wie kann man die deutsche Küche so erklären, dass Menschen aus anderen Kulturen sie verstehen?**
- **Wie kann man die Namen der Gerichte ins Dänische übersetzen?**
- **Welche dänischen Gerichte gibt es, die für Menschen aus anderen Kulturen erklärt werden müssen?**

## *Hauptspeisen*

<p><b>Hausgemachter Schweinekrustenbraten</b> frisch aus dem Ofen, mit kräftiger Dunkelbiersauce, Fasssauerkraut und hausgemachten Gasthaus- oder Semmelknödeln</p>	9.20 €	<p><b>Unser ofenfrischer Leberkäse</b> nach bayrischer Rezeptur täglich frisch gebacken mit Bratkartoffeln und Spiegelei oder mit Fasssauerkraut und gestampften Kartoffeln</p>	10.60 €
<p><b>Bayrisches Biergulasch</b> In Bier und Brühe geschmortes Schweinefleisch mit Paprika und Lauchzwiebeln, dazu Spätzle und einen Beilagen-Salat</p>	8.90 €	<p><b>Knödelpfanne</b> In Würfeln geschnittene Semmel- und Gasthausknödel mit Marktgemüse und gebratenen Waldpilzen, dazu Kräuterdip</p>	9.50 €
<p><b>Krosche, zarte Schweinshaxe</b> täglich frisch aus dem Rohr mit Fasssauerkraut und Bratkartoffeln oder mit Backpflaumenblaukraut und Gasthaus- oder Semmelknödeln</p>	9.70 €	<p><b>Leichte Gasthauspfanne</b> gebratene Schweinemedallions, Hähnchenbrustfilet und ausgelöste Haxe auf Spätzle und frischem Marktgemüse mit Marillensauce</p>	12.90 €
<p><b>Gebratene Schupfnudeln</b> mit reichlich frischem Marktgemüse und Bärlauchsauce</p>	8.50 €	<p><b>Riesen-Currywurst</b> mit Curryketchup und Steak-Pommes</p>	6.90 €
<p><b>Saftiges Holzfällersteak (ca. 350g)</b> am Knochen gebraten und serviert mit frischen Pilzen und gebratenen Zwiebeln sowie unseren reschen Bratkartoffeln</p>	9.40 €	<p><b>Medallions vom Schwein</b> mit Schwammerln und Emmentaler Käse überbacken, Schupfnudeln und einer Salatbeilage</p>	13.50 €
<p><b>Rumpsteak (ca. 200g)</b> mit Zwiebel-Champignons, Kräuterbutter, an Marktgemüse, dazu Bratkartoffeln oder Steakpommes</p>	14.90 €	<p><b>Sechs Rostbratwürstchen</b> auf unserem hauseigenen, deftigen Fasssauerkraut und gestampften Kartoffeln</p>	9.80 €
<p><b>Deftige Gasthauspfanne</b> Unser herzhafter Leberkäse, hausgemachter Schweinekrustenbraten und zwei gebratene Rostbratwürste mit Schwarzbiersauce, serviert auf Bratkartoffeln und frischem Marktgemüse</p>	13.90 €	<p><b>Große Gasthauspfanne ab 3 Pers.</b> Hausgemachter Schweinekrustenbraten, herzhafter Leberkäse mit Spiegelei, krosche Haxe und kleine Holzfällersteaks mit Bratkartoffeln, unseren Gasthaus- und Semmelknödeln, Fasssauerkraut und Backpflaumenblaukraut, mit Schwarzbiersauce oder Marillensauce (Preis pro Pers.)</p>	16.60 €

**Quelle:** [www.wirtshaus-kiel.de/speisen/category/hauptspeisen.html](http://www.wirtshaus-kiel.de/speisen/category/hauptspeisen.html)

#### **Situation 4a: Sie sind Stephan Müller**

Sie sitzen im „Gasthaus“ und Sie haben gerade Herrn Lunderskov die Speisekarte erklärt. Dass er Vegetarier ist, hat Sie sehr überrascht. Sie essen selbst sehr gerne Fleisch und deshalb ist auch das „Gasthaus“ Ihr Lieblingsrestaurant.

Sie bestellen die Schweinshaxe und Herr Lunderskov bestellt ein vegetarisches Gericht. Sie bestellen sich eine Maß Köstritzer Schwarzbier dazu. Herr Lunderskov fragt, was eine Maß bedeute und Sie erklären, dass das ein sehr großer Krug Bier sei. Er bittet auch um ein großes Bier.

Sie haben den ganzen Tag gearbeitet und hatten dementsprechend nur wenig Zeit, etwas Vernünftiges zu essen. Sie haben großen Hunger und finden das Essen außerdem sehr lecker. Sie essen deshalb sehr schnell. Herr Lunderskov ist etwas langsamer. Er erzählt Ihnen während des Essens eine ganz lange Geschichte von dem Treffen mit seinem Kumpel (weswegen er offensichtlich 45 Min. zu spät gekommen ist) und wie toll dieser Kumpel sei. Sie kommen kaum zu Wort, möchten aber eigentlich ganz gerne noch etwas über Ihre Firma erzählen (und ein bisschen Werbung machen in der Hoffnung auf weitere Bestellungen). Sie finden es auch unverschämt und Sie ärgern sich, dass er sich immer noch nicht für seine Verspätung entschuldigt hat.

**Wie reagieren Sie? Spielen Sie das Gespräch nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Wie wichtig sind Umgangsformen, insbesondere das Benehmen am Tisch, in Deutschland und in Dänemark?**
- **Welche Rolle spielt das Essen und Trinken in Deutschland und in Dänemark?**
- **Was essen Sie gerne?**
- **In welches Restaurant in Ihrer Stadt würden Sie mit Ihrem ausländischen Geschäftspartner essen gehen? Warum?**

#### **Situation 4b: Sie sind Jørgen Lunderskov**

Sie sitzen im „Gasthaus“ und Herr Müller hat Ihnen gerade die Speisekarte erklärt. Dass Sie Vegetarier sind, hat ihn offensichtlich sehr überrascht. Er isst selbst sehr gerne Fleisch und deshalb ist auch das „Gasthaus“ sein Lieblingsrestaurant.

Beim Essen fällt Ihnen auf, dass Herr Müller sehr ungehemmt isst: Er zerteilt sein gesamtes Essen vorher, benutzt teilweise auch die Finger und isst mit großen Bissen. Er hat das Essen sehr schnell aufgegessen und nun wartet er darauf, dass Sie mit Ihrem Gericht fertig werden.

Sie wollen aber das Essen genießen, daher essen Sie langsam und nutzen die Zeit, um Herrn Müller von dem Treffen mit Ihrem Kumpel zu erzählen (weswegen Sie 45 Min. zu spät gekommen sind), wie sehr Sie sich über das Wiedersehen gefreut haben und wie toll dieser Kumpel ist.

**Wie reagieren Sie? Spielen Sie das Gespräch nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Wie wichtig sind Umgangsformen, insbesondere das Benehmen am Tisch, in Deutschland und in Dänemark?**
- **Welche Rolle spielt das Essen und Trinken in Deutschland und in Dänemark?**
- **Was essen Sie gerne?**
- **In welches Restaurant in Ihrer Stadt würden Sie mit Ihrem ausländischen Geschäftspartner essen gehen? Warum?**

**Situation 5a: Sie sind **Stephan Müller****

Während Sie darauf warten, dass Herr Lunderskov aufisst, stehen Sie zum Händewaschen vom Tisch auf. Als Sie zurückkommen, spielt Herr Lunderskov mit seinem Smartphone und er würdigt Sie keines Blickes. Sie versuchen unauffällig seine Aufmerksamkeit zu erregen, das gelingt aber erst nach einigen Versuchen.

Sie haben während des Essens nicht viel sagen können, denn Herr Lunderskov hat ununterbrochen über seinen alten Kumpel gesprochen. Als Sie endlich mit Herrn Lunderskov ein Gespräch über Ihre Firma anfangen können, unterbricht er Sie mitten im Satz mit einer Frage zu Fußball.

**Wie reagieren Sie? Wie antworten Sie darauf? Spielen Sie das Gespräch nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Was ist Smalltalk?**
- **Wie wichtig ist Smalltalk in Geschäftstreffen in Deutschland und in Dänemark?**
- **Über welche Themen kann man in Deutschland und in Dänemark beim Smalltalk sprechen und welche sollte man nicht ansprechen?**
- **Wie finden Sie es, dass Herr Lunderskov am Tisch sein Smartphone benutzt? Welches Benehmen wäre Ihrer Meinung nach hier angemessen?**

**Situation 5b: Sie sind **Jørgen Lunderskov****

Während Herr Müller kurz zum Händewaschen vom Tisch aufsteht, nutzen Sie die Zeit, um E-Mails auf Ihrem Smartphone abzurufen. Als Herr Müller zurückkommt, sind Sie mitten in einer Antwort an einen wichtigen Kunden, die Sie, ohne aufzusehen, fertig schreiben.

Herr Müller will mit Ihnen ins Gespräch über seine Firma kommen, so ein geschäftliches Thema finden Sie aber etwas langweilig. Ihnen fällt ein, dass alle Deutschen gerne über Fußball reden. Sie wissen zwar nicht viel über Fußball, wechseln aber trotzdem das Thema und unterbrechen Herrn Müller mitten im Satz über das Möbelangebot für Ihre Firma und fragen: „*Stephan, welche Bundesligamannschaft spielt eigentlich für Kiel?*“

**Wie reagieren Sie? Wie antworten Sie darauf? Spielen Sie das Gespräch nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- **Was ist Smalltalk?**
- **Wie wichtig ist Smalltalk in Geschäftstreffen in Deutschland und in Dänemark?**
- **Über welche Themen kann man in Deutschland und in Dänemark beim Smalltalk sprechen und welche sollte man nicht ansprechen?**
- **Wie finden Sie es, dass Herr Lunderskov am Tisch sein Smartphone benutzt? Welches Benehmen wäre Ihrer Meinung nach hier angemessen?**

**Situation 6a: Sie sind Stephan Müller**

Sie haben gut gegessen und getrunken. Es ist Ihnen endlich gelungen, etwas über Ihre Firma zu berichten und Sie beschließen, noch eine Weile zu bleiben und Herrn Lunderskov noch mehr zu erzählen. Dann sehen Sie einen Ihrer besten Kunden unten an einem der Fenstertische. Sie entschuldigen sich kurz bei Herrn Lunderskov und gehen Ihren Kunden begrüßen. Von unten sehen Sie, dass Herr Lunderskov noch ein großes Bier bestellt hat, wenden sich wieder Ihrem Kunden zu und reden noch fünf Minuten mit ihm.

Als Sie sich wieder umdrehen, ist Herr Lunderskov weg, nur das Bier steht unberührt auf dem Tisch. Sie gehen nach oben und sehen, dass die Rechnung und das Geld für das Essen auf dem Tisch liegen. Als Sie genauer hinsehen, merken Sie, dass Herr Lunderskov nur genau den Rechnungsbetrag von 48 Euro und 50 Cent hingelegt aber kein Trinkgeld gegeben hat. Sie wundern sich und beschließen, noch 5 Euro Trinkgeld dazu zu legen (schließlich ist es Ihr Lieblingsrestaurant und Sie möchten beim nächsten Mal wieder gut bedient werden). Sie nehmen das Bier und gehen nach unten zu Ihrem Kunden. Es wird noch ein langer und lustiger Abend.

**Wie reagieren Sie? Spielen Sie das Gespräch nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- Wer bezahlt bei einem Geschäftsessen die Rechnung?
- Warum hat Herr Lunderskov kein Trinkgeld gegeben?
- Warum beschließt Herr Müller, das fehlende Trinkgeld zu bezahlen?
- Wann geben Sie Trinkgeld und wie viel?
- Welche sprachlichen Formulierungen kann man in welcher Situation verwenden?

**Situation 6b: Sie sind Jørgen Lunderskov**

Sie haben gut gegessen und getrunken. Sie sind jetzt müde nach dem langen Tag und möchten eigentlich am liebsten ins Hotel. Herr Müller ist zu einem Tisch in der unteren Etage gegangen und unterhält sich dort mit jemandem.

Sie trinken Ihr Bier aus. Als die Bedienung zum Tisch kommt und fragt „Möchten Sie noch eins?“ sagen Sie „Ja, die Rechnung“ und holen Ihr Portemonnaie hervor. Die Bedienung bringt Ihnen zu Ihrer Überraschung noch ein großes Bier und legt die Rechnung auf den Tisch.

Sie nehmen an, Herr Müller hat sich das Bier bestellt. Er unterhält sich noch mit den Leuten am anderen Tisch. Sie möchten sie nicht stören – Ihnen ist in Wirklichkeit auch schon ein bisschen schlecht vom vielen Bier. Sie beschließen deshalb, sich auf den Weg ins Hotel zu machen und Herrn Müller einfach morgen anzurufen und sich für den netten Abend zu bedanken. Sie legen das Geld für das Essen auf die Rechnung und gehen los.

**Wie reagieren Sie? Spielen Sie das Telefongespräch am nächsten Tag nach und diskutieren Sie dann folgende Fragen:**

- Wer bezahlt bei einem Geschäftsessen die Rechnung?
- Warum hat Herr Lunderskov kein Trinkgeld gegeben?
- Warum beschließt Herr Müller, das fehlende Trinkgeld zu bezahlen?
- Wann geben Sie Trinkgeld und wie viel?
- Wie und wofür bedankt man sich in Dänemark und in Deutschland?
- Welche sprachlichen Formulierungen kann man in welcher Situation verwenden?

## Bibliographie

Arendt, Birte/Kiesendahl, Jana. 2013. Funktionale Angemessenheit. Gesprächs- und lehrwerksanalytische Perspektiven. In: *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes*. Heft 4, 336-355.

Candelier, Michel/Camilleri Grima, Antoinette/Castellotti, Véronique/de Pietro, Jean-François/Lőrincz, Ildikó/Meißner, Franz-Joseph/Schröder-Sura, Anna/Noguerol, Artur (unter Mitarbeit von Muriel Molinié). 2009. **REPA – Ein Referenzrahmen für plurale Ansätze zu Sprachen und Kulturen. Kompetenzen und Ressourcen.** Graz. [http://archive.ecml.at/mtp2/publications/c4\\_Repa\\_090724\\_IDT.pdf](http://archive.ecml.at/mtp2/publications/c4_Repa_090724_IDT.pdf). (letzter Abruf am 22. 06. 2015).

Europarat. 2001. **Der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen: Lernen, lehren, beurteilen.** [www.goethe.de/z/50/commeuro/i0.htm](http://www.goethe.de/z/50/commeuro/i0.htm) (letzter Abruf am 22. 06. 2015).

Glaboniat, Manuela/Perlmann-Balme, Michaela/Studer, Thomas. 2012. **Zertifikat B1. Deutschprüfung für Jugendliche und Erwachsene. Wortschatz, Strukturen.** München.

Kilian, Jörg. 2015. Von blonden Däninnen aus deutscher Sicht. Nationale Stereotype und didaktische Sprachkritik – ein Zwischenbericht aus einem laufenden Forschungsprojekt. In: Peschel, Corinna/Runschke, Kerstin (Hrsg.). **Sprachvariation und Sprachreflexion in interkulturellen Kontexten.** Frankfurt a.M. etc.

Kilian, Jörg/Niehr, Thomas/Schiewe, Jürgen. 2010. **Sprachkritik. Ansätze und Methoden der kritischen Sprachbetrachtung.** Berlin/New York.



