

# Bosnische und deutsche ethnische Stereotype im Vergleich

*Rupprecht S. BAUR, Stefan OSSENBERG & Vedad SMAILAGIĆ<sup>1</sup>*

## Abstract

Bosnian and German ethnic stereotypes: a comparison

This paper presents a contrastive analysis of auto- and hetero-stereotypes of Bosnians and Germans. The analysis is based on data collected from respondents choosing from a list of 140 characteristics. The anonymous online questionnaire asked respondents to identify those characteristics that they considered to be connected with their own culture or with the other culture, and to give their reasons for their choice (in the case of the most important characteristics). The analysis based on this data reveals how Germans and Bosnians perceive themselves and each other. It also enables the compilation of a list of stereotypes based on the most frequently identified characteristics, which can be used as a basis for further analysis and interpretation. This first analysis is intended as a foundation for future analyses of ethnic stereotypes among Germans and ethnic groups in the western Balkans: Bosnians, Serbs and Croats.

**Keywords:** stereotypes, German, Bosnian, intercultural communication

## 1. Einleitung

Das Projekt SI.DE (Stereotype International. Duisburg-Essen) verfolgt das Ziel, Heterostereotype der Deutschen gegenüber anderen ethnischen Gruppen mit den Autostereotypen der Deutschen und umgekehrt sowie ebenfalls die Auto- und Heterostereotype anderer ethnischer Gruppen gegenüber den Deutschen zu erforschen.<sup>2</sup> Die Schwerpunkte der Erhebungen lagen bis Ende des Jahres 2017 auf deutsch-russischen, deutsch-türkischen, deutsch-chinesischen und deutsch-bosnischen Untersuchungen.

---

<sup>1</sup> Magdalena Kolak danken wir für die Mitarbeit bei Recherchen für diese Publikation, Samra Hozić für die in Bosnien-Herzegowina durchgeführten Erhebungen.

<sup>2</sup> Der Begriff des Stereotyps ist in den vergangenen Jahrzehnten in zahlreichen Publikationen behandelt und bearbeitet worden. Dabei existieren divergente Definitionen zum Terminus an sich. Die Literatur zeigt jedoch, dass es einige Key-Readings gibt, die immer wieder behandelt werden. Wie Thiele (2015) analysiert, sind im theoretischen Sinne unter anderem die Arbeiten von Lippmann (1922), Allport (1971), Tajfel (1969/1981), aber auch die Arbeiten von Schäfer/Six (1978) und Bausinger (1988) heranzuziehen. Ossenberger (2018) zeigt wichtige Arbeiten im Rahmen der deutschsprachigen Stereotypenforschung mit dem Merkmalslistenverfahren auf, wie bspw. Sodhi/Bergius (1953) und Apeltauer (1998 und 2002).

Zur Erhebung der Daten wurde eine Eigenschaftsliste mit 140 Items erstellt, die Vorarbeiten anderer Forscher bei der Entstehung anderer Eigenschaftslisten berücksichtigte. Der Umfang dieser Merkmalslisten unterscheidet sich hinsichtlich der zur Auswahl stehenden Items (Ossenberg/Baur 2016).

## 2. Die Erstellung der Eigenschaftsliste

Zur Erstellung der Liste für unsere Erhebungen wurde eine Itembatterie zusammengestellt, die einen Großteil der Eigenschaften der bisher im deutschsprachigen Raum durchgeführten Studien enthält. Es ist ersichtlich, dass die Untersuchungsmethoden und Ergebnisse der einzelnen Studien genau untersucht und kritisch bewertet werden müssen, bevor neu gefundene Eigenschaften in eine interkulturell anwendbare Merkmalliste aufgenommen werden können. Es hat sich deshalb als zielführend erwiesen, als Ausgangspunkt für die Erstellung einer Merkmalliste bisherige Stereotypenstudien und die dort verwendeten Eigenschaften, die in unterschiedlichen Kulturräumen entstanden sind, miteinander zu vergleichen (Ossenberg/Baur 2016:16).

Bei einer solchen Erstellung sind zahlreiche Faktoren zu berücksichtigen, wie bereits 2016 gezeigt wurde: In unserer Metaanalyse haben wir diesen Vergleich vorgenommen. Dabei stellte sich heraus, dass sich die in den verschiedenen Merkmallisten enthaltenen Eigenschaften im Kern nur wenig voneinander unterscheiden. Bei unserer Analyse haben wir uns deshalb dazu entschieden, im ersten Schritt der Erstellung einer interkulturell anwendbaren Erhebung die Begrifflichkeiten der einzelnen Listen zu ‚clustern‘ und dabei Entscheidungen getroffen, die wir im Folgenden exemplarisch darstellen. Diese Auswahl ist maßgeblich durch folgende drei Kriterien bestimmt worden:

1. Das Vorkommen des entsprechenden Items in den prägenden Studien.
2. Die Übertragbarkeit der einzelnen Eigenschaften in die Sprachen Englisch, Russisch, Türkisch und Chinesisch.
3. Die Überprüfung der Konnotationen der ausgewählten Begriffe in den involvierten Sprachen im Vergleich zum Deutschen.

Auch wenn eine zeitliche Relativität gewisser Begrifflichkeiten nicht von der Hand zu weisen ist, so gibt es eine große Menge an Eigenschaften, die sich in den vergangenen Jahrzehnten bei Befragungen bewährt hat. Allerdings finden sich vor allem bei Sodhi und Bergius (1953) noch viele Begriffe, die aus verschiedenen Gründen heute nicht mehr passen und die in unseren Voruntersuchungen von Probanden auch nicht mehr genannt wurden. Hier wären folgende Beispiele zu nennen: die Eigenschaft VOM ROSTIGEN NAGEL ZUR MILLION [...], STARKER KÖRPERGERUCH ODER KRUMME NASE<sup>3</sup> [...] (Ossenberg/Baur 2016:17).

Neben der Auswahl bisher existierender Items war zudem teilweise die Anpassung bestimmter Begrifflichkeiten aufgrund ihrer historischen Tradierung nötig. Während es sich bei *Antikommunisten* um einen aus dem Kalten Krieg stammenden Begriff handelt, den Apeltauer ohne Diskussion von Keller übernimmt, und der mittlerweile aufgrund der politischen Weltlage als überholt angesehen werden kann, ist *antisemitisch* ein Terminus, der in der asiatischen Welt nicht verstanden wird. Obwohl die Unterschiede im westlichen Diskurs klar sind, haben wir uns für *fremdenfeindlich* und *rassistisch* als in gewisser Weise übergeordnete Begriffe entschieden. Auf welche ethnischen Gruppen sich diese Qualifikative in den verschiedenen Befragungen beziehen, kann durch qualitative

---

<sup>3</sup> Dieser und ähnliche Begriffe sollten und können immer nur im Kontext der damaligen Zeit interpretiert und analysiert werden. Jedoch zeigt sich hier exemplarisch die Problematik der historischen Tradierung bei gewählten Merkmalen.

Befragungen erhoben werden. Die Begrifflichkeit *der beste Soldat* ist sprachlich antiquiert, und wurde von uns durch das Item *gute Soldaten* ausgetauscht (ebd.).

Bei der Analyse der bisherigen sog. stilprägenden Studien fiel zudem auf, dass teilweise Gegensatzpaare nicht oder nur teilweise in die Überlegungen bisheriger Forschung eingeflossen waren: Auch der Begriff *hübsche Frauen* [...] sollte ergänzt werden, denn es fehlt in bisherigen Befragungen ein männliches Pendant. Wir haben uns dafür entschieden, nicht den Terminus *hübsche Männer* zu wählen (da hier kulturspezifisch bedingte Missverständnisse aufkommen könnten) sondern das Item *attraktive Männer* eingeführt, da hier zweideutige Konnotationen bei der Übertragung in andere Sprache weitgehend ausgeschlossen zu sein scheinen.

Nachdem wir die einzelnen Studien und ihre Eigenschaften miteinander verglichen und dabei bereits eine große Zahl an Eigenschaften aufgrund der beispielhaft erläuterten Faktoren ausgeschlossen hatten, überprüften wir in einem weiteren Schritt aktuelle Studien von Meinungsforschungsinstituten, um eventuell weitere einzuarbeitende Eigenschaften aufzufinden (Ossenberg/Baur 2016:17 ff.).

Neben der skizzierten Problematik – der historischen Tradierung und dem Fehlen von Gegensatzpaaren von einigen Items – überprüften wir zudem die Frage nach der Übersetzung in verschiedene Sprachen, um ausschließen zu können, dass sich in unserer Merkmalliste Begriffe befinden, die nur schwer in anderen Sprachen und Kulturen verstanden werden können. Hier stellt sich das Problem, ein Äquivalent in der anderen Sprache zu finden, das dem deutschen Begriff auch konnotativ nahekommt. Nach einem Vergleich mit dem Englischen, der sich als wenig problematisch erwies, überprüften wir das Russische, das Türkische und das Chinesische (ebd.:18).

Dabei konnten verschiedene Übertragungsschwierigkeiten und Äquivalenzproblematiken im Diskurs mit Muttersprachlern und Auslandsgermanisten ausgeräumt werden. Diese Schwierigkeiten lassen sich wie folgt exemplarisch am Beispiel der Eigenschaft *SPARSAM* darstellen: Während es im Deutschen eine Differenzierung zwischen den Termini *sparsam* und *geizig* gibt, wobei die eine Eigenschaft positiv, die andere dagegen negativ konnotiert wird, ist diese Differenzierung sowohl im Russischen, als auch im Türkischen sowie auch im Chinesischen nicht so eindeutig. In allen drei Sprachen kann *sparsam* vielmehr als Synonym für *geizig*, also negativ konnotiert sein. Während die autostereotype Zuschreibung der Deutschen als *sparsam* eindeutig positiv ist, sind bei Befragungen in anderen Ländern die Nennungen *sparsam* und *geizig* gemeinsam in einem spezifischen Zusammenhang zu interpretieren und zu analysieren. Um solche und ähnliche Konnotationsübertragungen festzustellen, [wurden] alle Items [der] Eigenschaftenliste mit bilingualen Sprachwissenschaftlern aus den jeweiligen Kultur- und Sprachräumen in Gruppengesprächen diskutiert und die Ergebnisse als Grundlage für spätere Interpretationen und vertiefende qualitative Untersuchungen festgehalten.

Wie [...] exemplarisch am obigen Beispiel gezeigt [...], können die Konnotationen für Eigenschaften in den involvierten Sprachen und Kulturen divergieren. Die Konnotationen für alle Eigenschaften wurden deshalb in unserem Projekt jeweils im Deutschen, Russischen, Türkischen und Chinesischen mit der Bewertung **positiv**, **negativ** oder **neutral** versehen, um feststellen zu können, wo Divergenzen bestehen, die bei späteren Auswertungen und Interpretationen berücksichtigt werden müssen (ebd.:19).

Nach dem Fragekomplex der Merkmalslisten zu deutschen und bosnischen Auto- und Heterostereotypen werden die Befragten gebeten, aus ihrer Auswahl die Eigenschaften auszuwählen, die aus ihrer Sicht **am meisten zutreffen** und diese anschließend auf einer Rangliste zu hierarchisieren. Die dabei entstehende individuelle TOP-5-Rangliste dient dem später folgenden Fragekomplex für die Erhebung von offenen Beispielen der jeweiligen Probanden. Auch hier findet die Messung anhand einer Likert-Skala statt. Im Anschluss daran werden die Probanden dann gefragt, ob sie zu ihrer individuellen Top-5-Rangliste ein Beispiel haben und/oder geben möchten. Wird dies bestätigt, so wird die Möglichkeit einer offenen Antwort gegeben. Die dort gegebenen Antworten werden in der

Analyse kategorisiert und mit QDA-Software analysiert, bei den Antworten aus dem Raum Bosniens werden die gegebenen Beispiele zuvor ins Deutsche übersetzt.

### 3. Die Durchführung der Erhebung

Mit der in diesem beschriebenen Prozess (vgl. Ossenberg/Baur 2016) erarbeiteten Itembattery, welche anhand der Bildung von dichotomen Indikatorvariablen (vgl. Diekmann 2012:590) erzeugt worden ist, werden sowohl Probanden in Deutschland als auch in Bosnien zu den deutsch-bosnischen Auto- und Heterostereotypen befragt.<sup>4</sup> Die Probanden werden gebeten auf die Frage „*Was trifft ihrer Meinung nach zu? Deutsche (bzw. Bosnier) sind/haben ...*“ zu antworten. Um Antwortverzerrungseffekten vorzubeugen, werden die Merkmale als Multiple-Choice-Frage den Teilnehmern der Studien jeweils digital vorgelegt und es erfolgt eine computergestützte und randomisierte Auflistung der einzelnen Eigenschaften, sodass die Anordnung der Eigenschaften bei jedem Aufruf der Befragung neu erfolgt. Es sollen mindestens fünf Eigenschaften ausgewählt werden, maximal 140. Anhand eines Ordinalskalenniveaus (in diesem Falle einer Likert-Skala), welches Auskunft über die Ausprägung eines Merkmals gibt, sollen Erkenntnisse über das Ausmaß der jeweils präferierten Eigenschaft(en) gewonnen werden.

Die Befragungen wurden anonymisiert durchgeführt und online erhoben. Das online-Verfahren bietet folgende Vorteile: Dadurch, dass der Fragebogen nicht für jeden zugänglich ist, besteht die Möglichkeit die Zugangsdaten bewusst zu vergeben und zu kontrollieren (Baur et al. 2017:5). Ein weiterer Vorteil, welcher daraus resultiert, ist vor allem die Zeiteinsparung, sowohl beim Ausfüllen wie auch beim Auswerten der Daten, da diese nicht erst per Hand übertragen werden müssen, sondern sofort vorliegen. Zusätzlich können durch die in Echtzeit zur Verfügung stehenden Daten jederzeit Zwischenergebnisse präsentiert werden.

Das methodische Instrument des Online-Fragebogens wurde zudem gewählt, um einerseits eine – wenn auch teilweise nur in Ansätzen mögliche – Vergleichbarkeit zu früheren Studien im deutschen Forschungskontext und andererseits eine interkulturelle Vergleichbarkeit zu ermöglichen (vgl. Ossenberg/Baur 2016).

Die Wahl des Erhebungsinstrumentes erfolgte auch im Hinblick darauf, ein Forschungsdesign zu konzipieren, welches zum einen international durchführbar ist, zum anderen eine möglichst hohe Rücklaufquote (Response) garantiert und zuletzt eine kulturkontrastive Vergleichbarkeit der Ergebnisse der Erhebungen in Deutschland und in anderen Staaten ermöglicht. Gerade in Fragen des sensiblen Forschungsthemas der Einstellungen zu und Vorstellungen von anderen Kulturen, Ethnien und Nationen war es ein Anliegen, den Probanden u. a. durch die Abwesenheit möglicher Interviewer eine gewisse Anonymität zu garantieren und somit den Faktor der **sozialen Erwünschtheit** des Antwortverhaltens zu minimieren. Zusätzlich zu den geschlossenen Fragen wurde dabei den Probanden jedoch auch die Möglichkeit gegeben, offene Antworten abzugeben.

Primärer Zweck der Erhebung ist es, eine **Explorationsstudie** für weitere Befragungen in Bosnien-Herzegowina durchzuführen, in der das Geschlechterverhältnis sowie die Alters- und Berufsgruppen, angemessen repräsentiert sein sollten. Der Zugang zu der Befragung erfolgt durch die Vergabe von Identitätsnummern, welche von dem Projektkoordinator verteilt werden, der den Server verwaltet und sichert und dem die Daten (anonymisiert) zugeschickt werden. Den Studierenden wird darauffolgend die Aufgabe erteilt, diesen Fragebogen an Andere, mit Rücksicht auf eine möglichst weite soziodemografische Spannbreite, weiterzugeben (s. u.). Die Durchführung der Befragung online bietet zudem weitere Vorteile, da durch eine entsprechende Programmierung

---

<sup>4</sup> Dieses Erhebungsverfahren wurde bereits in den oben genannten deutsch-russischen, deutsch-türkischen und deutsch-chinesischen Untersuchungen angewendet (vgl. Baur/Ossenberg 2016, Baur et al. 2017, Baur et al. 2013).

die Antwortoptionen nicht durchgehend zur Verfügung stehen und durch ‚Zurückblättern‘ keine Veränderungen nach affektivem Ankreuzverhalten vorgenommen werden können. Im Gegensatz zu bisherigen Erhebungen von Stereotypen sind die Antworten dieser Arbeit aus den o. g. Gründen vorwiegend mit einem Online-Fragebogen erfasst worden. Zum Einsatz kam dabei das Online-Erhebungstool LimeSurvey (2017).

Die Studie weist den Charakter eines nichtexperimentellen Designs (vgl. Diekmann 2012:194) auf, in dem eine randomisierte Stichprobe gezogen wurde. Da die Zusammensetzung der Probandengruppe sowohl in Deutschland als auch in Bosnien aufgrund der Entscheidung für eine Online-Befragung mit dem ‚Schneeballsystem‘ nicht beeinflusst werden konnte, ist der Vergleich mit einer Kontrollgruppe nicht möglich.

Basierend auf dem Schneeballsystem erhielten Studierende und Mitarbeiter der beteiligten Universitäten durch Kooperationspartner und Seminarleiter vor Ort einen personalisierten Zugangsschlüssel, der bis zu 20-mal verwendet werden konnte. Dieser Zugangsschlüssel wurde dann genutzt, um Personen im persönlichen Umfeld der Studierenden und Mitarbeiter zu befragen. Alle an der Umfrage Beteiligten erhielten zudem eine Handlungsempfehlung auf Bosnisch bzw. Deutsch, in der sie gebeten wurden:

- A) Familie, Verwandte, Freunde, Bekannte, Nachbarn, Kollegen und deren Kontakte zu befragen
- B) ein möglichst ausgewogenes Gleichgewicht bei ihren Befragten hinsichtlich verschiedener Gesichtspunkte und soziobiographischer Faktoren zu bewahren (explizit wurde auf eine Gewichtung von Geschlecht, Alter, und Migrationshintergrund hingewiesen)
- C) Thema und Inhalte des Fragebogens bei der Übergabe des Zugangsschlüssels an Teilnehmende kurz zu skizzieren, um die Probanden allgemein auf den Fragebogen vorzubereiten.

Zudem wurden Empfehlungen zur Erhebung bei technisch nicht versierten Probanden gegeben und die Bereitstellung eines Papierfragebogens angeboten. Dieses Angebot wurde allerdings in keinem Fall genutzt.

Dieses Vorgehen vereint zwei Vorteile:

1. Eine Pseudoanonymisierung findet statt. Durch die Weitergabe eines Schlüssels, der mehrfach nutzbar ist, ist die Identität der Probanden nicht nachvollziehbar.
2. Durch das angewandte ‚Schneeballsystem‘ wird eine heterogene Gruppe von Probanden unterschiedlichster soziodemographischer Merkmale akquiriert.

In Ergänzung zu dem ‚Ankreuzen‘ der gewählten Eigenschaften – was zu den quantitativen Aussagen führt, die in den Tabellen dargestellt sind – werden in unseren Fragebogen auch qualitative Daten erhoben. Und zwar werden die Befragten dazu aufgefordert, zu den von ihnen ausgesuchten Eigenschaften, diejenigen fünf Eigenschaften durch Beispiele zu belegen, die sie für wichtig und charakteristisch halten. Dadurch sollen die konnotativen Bedeutungen herausgearbeitet werden, die in der Regel kulturspezifisch geprägt und deshalb für die Interpretation der Eigenschaften wichtig sind. Wir werden am Ende unserer Ausführungen noch einmal auf die konnotativen Erhebungen zurückkommen.

#### **4. Die ersten Ergebnisse**

Wir werden im Folgenden die Ergebnisse der Erhebungen in Tabellen der 20 am häufigsten genannten Eigenschaften (TOP 20) auflisten und dabei die Auto- und Heterostereotype in verschiedenen Kombinationen gegenüberstellen, kommentieren und interpretieren. Dazu werden auch die kulturellen Kontexte, die durch die qualitativen Befragungen in unserem Korpus erkennbar sind, hinzugezogen.

Tab. 1: Gegenüberstellung der Autostereotype der Bosnier vs. Autostereotype der Deutsche

	<b>Deutsche zu Deutschen</b>	<b>%</b>	<b>Bosnier zu Bosniern</b>	<b>%</b>
1.	pünktlich	44,45	humorvoll	29,89
2.	bürokratisch	34,28	gastfreundlich	27,36
3.	pflichtbewusst	29,67	traditionsgebunden	25,72
4.	ordentlich	27,56	stur	25,18
5.	diszipliniert	27,41	schlechte Politiker	24,46
6.	trinkfreudig	26,92	gesellig	23,19
7.	fleißig	26,40	fernsehbegeistert	21,56
8.	gute Organisatoren	24,01	jähzornig	21,20
9.	zuverlässig	23,86	kameradschaftlich	20,65
10.	gründlich	23,23	hübsche Frauen	20,65
11.	zielstrebig	22,03	trinkfreudig	20,65
12.	sparsam	20,65	stolz	20,11
13.	gute Wissenschaftler	19,87	konservativ	19,75
14.	fortschrittlich	19,68	großzügig	18,48
15.	gute Techniker	19,62	religiös	18,48
16.	arbeitsfreudig	19,60	arm	17,75
17.	gute Ärzte	18,86	großherzig	17,57
18.	korrekt	17,87	nationalstolz	16,49
19.	umweltbewusst	17,87	bestechlich	16,30
20.	distanziert	17,48	familienorientiert	15,94

N=5355

N=552

*Legende*

	Eigenschaften, die von beiden Gruppen genannt werden
--	--

In der vorliegenden Tabelle 1 sind die Eigenschaften der Top 20 zu den Autostereotypen der Bosnier und Deutschen mit den entsprechenden prozentualen Nennungen aufgelistet. Das Selbstbild der Deutschen ist positiv konnotiert – bis auf die Eigenschaft **BÜROKRATISCH**, welche als negativ zu werten ist. Als neutral werden die beiden Eigenschaften **TRINKFREUDIG** und **DISTANZIERT** gesehen. Als Gegenüberstellung weist das Selbstbild der Bosnier, im Vergleich zu dem der Deutschen, mehr negative Konnotationen auf, was vermutlich mit einer Unzufriedenheit der wirtschaftlichen Lage Bosniens zusammenhängt, da geringe Chancen auf dem Arbeitsmarkt bestehen. Zusätzlich weisen einige negativ konnotierte Eigenschaften, wie **SCHLECHTE POLITIKER**, **ARM** und **BESTECHLICH**, auf die Korruption in Bosnien hin. Für die Eigenschaft **BESTECHLICH** wurden von den bosnischen Befragten Beispiele aus dem öffentlichen Leben und der Verwaltung in Bosnien angeführt: „velika prisutnost korupcije u školstvu, zdravstvu, pri zaposlenju“ („verbreitete Korruption in den Bereichen Schule, Gesundheit und Beschäftigung“). Begünstigt wird die Korruption auch durch die Politik (**SCHLECHTE POLITIKER 24,46 %!**). Nach Meinung der Befragten hat sich an dieser Situation seit dem Kriegsausbruch von 1992 bis jetzt nichts geändert: „politička situacija od 92'pa do sada“. Ein weiteres Beispiel, das dieses Bild veranschaulicht, ist das folgende: „njihovo neslaganje o stanju BiH, donošenje zakona koji su manje bitni pored mnogo bitnijih stvari, laganje stanovnicima, te njihova kontrola i manipulacija stanovnika pred izbore, a kada izbori prođu kao da ne postoje te nas samo

potkradaju“ („ihre Meinungsverschiedenheiten [gemeint sind die Politiker, Anm. der Verf.] über den Status Bosniens und Herzegowinas, das Erlassen von Gesetzen, die weniger wichtig sind als viele andere Dinge, das Belügen der Bevölkerung sowie ihre Kontrolle und Manipulation der Bürger vor den Wahlen, und wenn die Wahlen vorbei sind, tun sie so, als hätten diese nie stattgefunden, und sie bestehen uns nur“).

In der Liste der vielen positiven Autostereotype der Deutschen erweist sich die Eigenschaft **DISTANZIERT** als zwiespältig. Einerseits ist es eine Eigenschaft, die vor Nähe (und Aufdringlichkeit) schützt, andererseits wird die eigene *Distanziertheit* der Deutschen als Kontrast mit der **GASTFREUNDSCHAFT** der Bosnier gesehen. Hierzu passt, dass die deutschen Befragten, in zwei weiteren Beispielen, von sich selbst behaupten, oft „verschlossen“ und nicht dazu in der Lage zu sein, so schnell auf andere Menschen zuzugehen. Dadurch steht die Eigenschaft **DISTANZIERT** der Deutschen in starkem Gegensatz zu einigen positiven emotional gefärbten Eigenschaften der Bosnier: **HUMORVOLL**, **GESELLIG**, **GASTFREUNDLICH** und **GROSSHERZIG**.

Eine Eigenschaft, welche beide Nationen gemeinsam nennen, ist **TRINKFREUDIG**, wobei die Bosnier feststellen, dass der „Alkohol allgegenwärtig“ („alkohol je sveprisutan“) und die „Cafés überfüllt“ seien („kafići su prepuni“). Bei den Deutschen wird auch eine „gesellige Funktion“ des Trinkens gesehen, so beim „alljährlichen Schützenfest im Heimatdorf“, es wird aber auch konstatiert, dass die Deutschen „bei jeder Gelegenheit Bier trinken“.

Tab. 2: Gegenüberstellung der gegenseitigen Heterostereotype der Deutschen und der Bosnier

	<b>Deutsche zu Bosniern</b>	<b>%</b>	<b>Bosnier zu Deutschen</b>	<b>%</b>
1.	traditionsgebunden	<b>29,69</b>	Handelsvolk	<b>30,38</b>
2.	gastfreundlich	<b>27,87</b>	diszipliniert	<b>30,02</b>
3.	heimatliebend	<b>26,79</b>	pünktlich	<b>24,95</b>
4.	familienorientiert	<b>26,29</b>	gute Organisatoren	<b>24,41</b>
5.	religiös	<b>21,75</b>	fleißig	<b>23,51</b>
6.	nationalstolz	<b>20,43</b>	zielstrebig	<b>21,16</b>
7.	gesellig	<b>20,10</b>	umweltbewusst	<b>18,63</b>
8.	stolz	<b>19,77</b>	gute Demokraten	<b>17,36</b>
9.	freundlich	<b>16,31</b>	anständig	<b>17,00</b>
10.	impulsiv	<b>15,32</b>	handwerklich begabt	<b>16,82</b>
11.	arm	<b>14,99</b>	stolz	<b>16,46</b>
12.	großherzig	<b>12,19</b>	fortschrittlich	<b>16,46</b>
13.	trinkfreudig	<b>11,86</b>	rekordsüchtig	<b>16,09</b>
14.	Zusammengehörigkeitsgefühl	<b>11,37</b>	gute Politiker	<b>15,91</b>
15.	konservativ	<b>10,87</b>	nationalstolz	<b>15,91</b>
16.	emotional	<b>10,87</b>	gründlich	<b>15,73</b>
17.	höflich	<b>10,71</b>	weltmännisch	<b>15,73</b>
18.	gute Hausfrauen	<b>10,54</b>	anspruchsvoll	<b>15,19</b>
19.	dankbar	<b>10,28</b>	arbeitsfreudig	<b>15,19</b>
20.	friedlich	<b>9,49</b>	reich	<b>14,47</b>

*N*=637

*N*=552

*Legende*

	Eigenschaften, die kontrastierend genannt werden
--	--

In Tabelle 2 werden die jeweiligen Heterostereotype der Deutschen und Bosnier dargestellt. Die ggf. als negativ zu wertenden Eigenschaften bei den Bosniern wären aus deutscher Perspektive NATIONALSTOLZ, IMPULSIV, TRADITIONSGEBUNDEN, RELIGIÖS und ARM. Wobei umgekehrt das Bild der Deutschen aus bosnischer Sicht keine negative Eigenschaft aufweist. Aus deutscher Sicht könnten allerdings die von den Bosniern den Deutschen zugeschriebenen Eigenschaften ANSPRUCHSVOLL, REKORDSÜCHTIG und NATIONALSTOLZ negativ konnotiert sein. Aus den Kommentierungen der bosnischen Befragten ergibt sich jedoch, dass dies nicht der Fall ist. Die Eigenschaft ANSPRUCHSVOLL wird in Zusammenhang mit den wirtschaftlichen Leistungen der Deutschen gesehen: „Uredena država, uspješne firme“ („ein geordneter Staat, erfolgreiche Unternehmen“), d. h., die Bosnier schätzen, dass die Deutschen selbst Ansprüche an die Qualität ihrer Arbeit stellen und betonen diese **deutsche Eigenschaft**.

Dabei besteht auch eine Verbindung zu der Eigenschaft REKORDSÜCHTIG. Das folgende Beispiel zeigt, dass hier kein krankhafter Ehrgeiz kritisiert wird, sondern die Erfolge der deutschen Wirtschaft von den bosnischen Befragten assoziiert werden: „Njemačka je jedna od najrazvijenih i naprednijih zemalja u svijetu i jedna od vodećih u ekonomiji“. („Deutschland ist eines der am weitesten entwickelten und fortschrittlichsten Länder auf der Welt und eines der führenden in der Wirtschaft“).

Die Eigenschaft NATIONALSTOLZ wird von den Bosniern ebenfalls nicht negativ kommentiert, sondern mit den Erfolgen der Deutschen im Fußball verbunden: „Kada im igra nogometna reprezentacija“. („Wenn ihre nationale Fußballmannschaft spielt.“)

Die Eigenschaft NATIONALSTOLZ als den Bosniern zugeschriebenes Heterostereotyp wird von einigen deutschen Kommentatoren damit begründet, dass es den Bosniern trotz ihrer militärischen Unterlegenheit im Jugoslawienkrieg gelungen ist, ihre Unabhängigkeit zu behaupten und einen eigenen Staat zu bilden: „Nach dem Zerfall Jugoslawiens und Bildung eines Vielvölkerstaates ist das bosnische Volk stolz auf das bisher Erreichte“.

Hier gibt es Überschneidungen mit der Nennung der Eigenschaft STOLZ. Beide Eigenschaften werden in den Kommentaren der deutschen Befragten mit „Unabhängigkeit/Abgrenzung zu anderen (ehemaligen) jugoslawischen Staaten“, mit „Bildung des eigenen Staates“ und „Nationalstolz aufgrund der Abgrenzung zu anderen jugoslawischen Staaten“ verbunden.

Eher negativ würde man die Eigenschaft IMPULSIV für die Bosnier ohne Kenntnis der Beispiele der Befragten bewerten; sie wird erstaunlicherweise vor allem auf unüberlegte und vorschnelle Aktionen oder Reaktionen von bosnischen Fußballspielern zurückgeführt. Das „Handeln aus dem Bauch heraus“ und das „Auftreten bei Konflikten und Problemen wie z.B. beim Sport“ werden hierbei durch die Befragten in den Kommentierungen genannt. Die Eigenschaft RELIGIÖS wird von einem Deutschen als Konflikt zwischen den Religionen angesehen: „Die sehr harten und kriegerischen Auseinandersetzungen während des Balkankrieges aus religiösen Gründen“. Bei den bosnischen Beispielen zeigt sich in einem Kommentar ein anderes Bild. Hier wird darauf abgehoben, dass es viele Religionen, bzw. architektonische Symbole für diese Religionen gibt: „Sarajevo... crkve, džamije, sinagoge“ (Sarajevo... Kirchen, Moscheen, Synagogen). Eine Person hebt hervor, dass von den Minaretten die Gebetszeiten verkündet werden: „U BIH postoje 4 religije i mnoštvo religioznih objekata. Mnogo se poštuju i obilježavaju praznici a i obavljanje svakodnevnih molitvi u sklopu je tog“ („In Bosnien und Herzegowina gibt es 4 Religionen und eine Vielzahl von religiösen Einrichtungen. Besonders geachtet und verkündet werden Feiertage und auch die Aufrufe zu den täglichen Gebeten als Teil davon“).

Bei dem Vergleich der gegenseitigen Heterostereotype fällt zudem die den Bosniern von den Deutschen zugeschriebene Eigenschaft ARM im Kontrast zu der durch die bosnischen Befragten für die Deutschen genannten Eigenschaft REICH auf. In den Beispielen für die Armut der Bosnier werden mehrere Begründungen genannt: Einerseits werden sie im Vergleich zu Deutschland oder anderen EU-Ländern als ARM angesehen, andererseits werden die hohe Arbeitslosenzahl, die zerstörten und



nicht wieder aufgebauten Städte und die z. T. ärmliche Kleidung der bosnischen Bevölkerung als Belege angeführt. Die Deutschen werden von den Bosniern aufgrund ihres hohen Lebensstandards und weil sie „Geld“ besitzen als REICH angesehen.

Im Großen und Ganzen unterscheiden sich die Heterostereotype der Bosnier und Deutschen sehr stark voneinander. Die am häufigsten genannte Charakterisierung der Deutschen ist mit 30,38 % die Eigenschaft HANDELSVOLK, welche aus Sicht der bosnischen Probanden mit der deutschen Industrie und dem weltweiten Besitz großer Firmen begründet wird. Hier wird angeführt, dass deutsche Firmen in bosnischen Städten wichtige Investoren und die größten Arbeitgeber sind. Bei der Eigenschaft HANDELSVOLK wird ausgedrückt, dass die deutsche Wirtschaft international erfolgreich sei, und dieser Erfolg wird assoziativ mit den weiteren Eigenschaften der TOP 6 verbunden, die alle über 20 % liegen: DISZIPLINIERT, PÜNKTLICH, GUTE ORGANISATOREN, FLEISSIG, ZIELSTREBIG. Diese Verbindung wird in folgendem Beispiel deutlich: „Sve sto su pojednici ili kolektivno postigli je uspjelo zbog discipline. Sve je dobro organizovano, ciljevi zadani, vrijedni i ne staju dok ne završe“. („Alles, was einzeln oder kollektiv erreicht wurde, gelang ihnen wegen ihrer Disziplin. Alles ist gut organisiert, Ziele werden gesetzt, sie sind fleißig und hören nicht auf, bevor sie fertig sind“).

Für die Eigenschaft GUTE ORGANISATOREN werden von den Bosniern Beispiele genannt, die auf den Wiederaufbau Deutschlands nach dem Zweiten Weltkrieg und den dadurch bedingten FORTSCHRITT eingehen. Hier wird auch immer wieder die Eigenschaft FLEISSIG genannt, denn nach Auffassung der Probanden sind der FLEISS der Deutschen und die GUTE ORGANISATION während des Wiederaufbaus für den FORTSCHRITT in der Technik und Industrie verantwortlich. In einem Beispiel für die Eigenschaft ZIELSTREBIG wird gesagt, dass die Aufnahme von Flüchtlingen als helfende Arbeitskräfte in Deutschland auch ein Beleg für eine durchdachte Strategie und gute Organisation der Deutschen ist. Auch die Eigenschaften REKORDSÜCHTIG, HANDWERKLICH BEGABT, GRÜNDLICH, ANSPRUCHSVOLL, UND ARBEITSFREUDIG können der Gesamtaussage ‚die Deutschen sind wirtschaftlich erfolgreich‘ zugeordnet werden, was in der Eigenschaft Nr. 1 HANDELSVOLK als Oberbegriff enthalten ist. Damit dominiert der wirtschaftliche Erfolg und die dazu gehörigen Eigenschaften der Deutschen mit zwölf Nennungen die TOP 20.

Tab. 3: Das Deutschenbild

	<b>Deutsche zu Deutschen</b>	<b>%</b>	<b>Bosnier zu Deutschen</b>	<b>%</b>
1.	pünktlich	44,45	Handelsvolk	30,38
2.	bürokratisch	34,28	diszipliniert	30,02
3.	pflichtbewusst	29,67	pünktlich	24,95
4.	ordentlich	27,56	gute Organisatoren	24,41
5.	diszipliniert	27,41	fleißig	23,51
6.	trinkfreudig	26,92	zielstrebig	21,16
7.	fleißig	26,40	umweltbewusst	18,63
8.	gute Organisatoren	24,01	gute Demokraten	17,36
9.	zuverlässig	23,86	anständig	17,00
10.	gründlich	23,23	handwerklich begabt	16,82
11.	zielstrebig	22,03	stolz	16,46
12.	sparsam	20,65	fortschrittlich	16,46
13.	gute Wissenschaftler	19,87	rekordsüchtig	16,09
14.	fortschrittlich	19,68	gute Politiker	15,91
15.	gute Techniker	19,62	nationalstolz	15,91

16.	arbeitsfreudig	19,60	gründlich	15,73
17.	gute Ärzte	18,86	weltmännisch	15,73
18.	korrekt	17,87	anspruchsvoll	15,19
19.	umweltbewusst	17,87	arbeitsfreudig	15,19
20.	distanziert	17,48	reich	14,47

N=5.355

N=552

*Legende*

Eigenschaften, die von beiden Gruppen genannt werden
--

Das Bild der Deutschen aus eigener und bosnischer Sicht in Tabelle 3 ist auf beiden Seiten sehr positiv und weist autostereotypisch für die Deutschen lediglich eine negative Eigenschaft auf, und zwar die Eigenschaft BÜROKRATISCH.

Die Übereinstimmung im Deutschenbild ist aus beiden Perspektiven mit neun Gemeinsamkeiten groß. Auch wenn die anderen genannten Eigenschaften nicht die gleichen sind, zeigen Eigenschaften wie PFLICHTBEWUSST, ORDENTLICH und KORREKT sowie die beruflichen Zuschreibungen GUTE WISSENSCHAFTLER, GUTE TECHNIKER *und* GUTE ÄRZTE eine Tendenz zu großer Konvergenz in den deutschen und bosnischen Bewertungen. Die auf Rang 13 genannte Eigenschaft REKORDSÜCHTIG ist aus bosnischer Sicht, wie bereits oben besprochen wurde, dem wirtschaftlichen Bereich zuzurechnen und ebenfalls nicht negativ zu werten. Auch dass die Deutschen sich selbst als DISTANZIERT betrachten, ist in ihren eigenen Augen nicht als abwertend zu sehen: In vielen Kulturen existiert ein geringeres Distanzverhalten als im Deutschen (wie z.B. Umarmungen bei Begrüßungen), was von einem großen Teil der Deutschen nicht geschätzt wird. Wie in der Kommentierung von Tabelle 1 sichtbar wird, kann sich die autostereotype Bewertung durch interkulturelle Vergleiche und Erfahrungen allerdings auch verändern: Die ethnozentrische Sichtweise wird relativiert.

Tab. 4: Das Bosnienbild

	Deutsche zu Bosniern	%	Bosnier zu Bosniern	%
1.	traditionsgebunden	29,69	humorvoll	29,89
2.	gastfreundlich	27,87	gastfreundlich	27,36
3.	heimatliebend	26,79	traditionsgebunden	25,72
4.	familienorientiert	26,29	stur	25,18
5.	religiös	21,75	schlechte Politiker	24,46
6.	nationalstolz	20,43	gesellig	23,19
7.	gesellig	20,10	fernsehbegeistert	21,56
8.	stolz	19,77	jähzornig	21,20
9.	freundlich	16,31	kameradschaftlich	20,65
10.	impulsiv	15,32	hübsche Frauen	20,65
11.	arm	14,99	trinkfreudig	20,65
12.	großherzig	12,19	stolz	20,11
13.	trinkfreudig	11,86	konservativ	19,75
14.	Zusammengehörigkeitsgefühl	11,37	großzügig	18,48
15.	konservativ	10,87	religiös	18,48
16.	emotional	10,87	arm	17,75

17.	höflich	10,71	großherzig	17,57
18.	gute Hausfrauen	10,54	nationalstolz	16,49
19.	dankbar	10,28	bestechlich	16,30
20.	friedlich	9,49	familienorientiert	15,94

N=637

N=552

*Legende*

Die unterlegten Eigenschaften werden von beiden Gruppen genannt.
--

In Tabelle 4 werden die Heterostereotype der Deutschen den Autostereotypen der Bosnier gegenübergestellt. Hier gibt es elf Übereinstimmungen, von denen keine Eigenschaft in den Kommentierungen explizit negativ konnotiert erscheint. Aus den Beispielen zu TRADITIONSGEBUNDEN geht z.B. hervor, dass diese Eigenschaft nicht mit einer Rückständigkeit assoziiert wird, sondern mit traditionellen Tänzen und dem Tragen von Trachten verbunden wird. Auch die Eigenschaft RELIGIÖS ist weder in deutschen noch in bosnischen Beispielen negativ konnotiert.

„Neutral“ wird die Eigenschaft TRINKFREUDIG kommentiert, wobei die Eigenschaft von den Deutschen mit dem selbstgebrannten Schnaps der Bosnier assoziiert wird und nicht etwa mit einem unkontrollierten Trinkverhalten.

Zu der Eigenschaft DANKBAR, welche von den Deutschen für die Bosnier häufig genannt wurde, liegen keine schriftlichen Kommentare vor, jedoch wurden uns bei mündlichen Befragungen zu dieser Eigenschaft von einigen Deutschen berichtet, dass Bosnier in Gesprächen regelmäßig ihre Dankbarkeit ausdrücken würden, weil Deutschland in der Zeiten des Jugoslawienkrieges zu Beginn der 1990er Jahre bosnische Flüchtlinge in großer Zahl aufgenommen und gut versorgt hätte. Oft würde dabei auch die unkomplizierte Aufnahme von kriegsverletzten Kindern in Krankenhäusern erwähnt. Die Eltern dieser Kinder würden sich noch nach Jahren für die Behandlung bedanken und den Ärzten Grußkarten schicken.

Auffallend ist, dass das Fremdbild der Deutschen positiver ausfällt als das Selbstbild der Bosnier. Letztere nennen als negative Autostereotype, die als verbreitete Eigenschaften angenommen werden, STUR und JÄHZORNIG sowie SCHLECHTE POLITIKER und BESTECHLICH (vgl. die Kommentare zu Tabelle 1).

Tab. 5: Gegenüberstellung der Autostereotype der Deutschen vs. Heterostereotype gegenüber den Bosniern

	Deutsche zu Deutschen	%	Deutsche zu Bosniern	%
1.	pünktlich	44,45	traditionsgebunden	29,69
2.	bürokratisch	34,28	gastfreundlich	27,87
3.	pflichtbewusst	29,67	heimatliebend	26,79
4.	ordentlich	27,56	familienorientiert	26,29
5.	diszipliniert	27,41	religiös	21,75
6.	trinkfreudig	26,92	nationalstolz	20,43
7.	fleißig	26,40	gesellig	20,10
8.	gute Organisatoren	24,01	stolz	19,77
9.	zuverlässig	23,86	freundlich	16,31
10.	gründlich	23,23	impulsiv	15,32
11.	zielstrebig	22,03	arm	14,99
12.	sparsam	20,65	großherzig	12,19

13.	gute Wissenschaftler	19,87	trinkfreudig	11,86
14.	fortschrittlich	19,68	Zusammengehörigkeitsgefühl	11,37
15.	gute Techniker	19,62	konservativ	10,87
16.	arbeitsfreudig	19,60	emotional	10,87
17.	gute Ärzte	18,86	höflich	10,71
18.	korrekt	17,87	gute Hausfrauen	10,54
19.	umweltbewusst	17,87	dankbar	10,28
20.	distanziert	17,48	friedlich	9,49

N=5.355

N=637

*Legende*

	Eigenschaften, die für beide Gruppen genannt werden
--	---

Das Selbstbild der Deutschen und das Bild der Bosnier aus Sicht der Deutschen zeigen nur eine Übereinstimmung in der Eigenschaft TRINKFREUDIG. Bei einer ersten Durchsicht der deutschen Daten haben wir den Eindruck gewonnen, dass es bei Frauen und Männern eine unterschiedliche Konnotation dieser Eigenschaft gibt. Die Frauen sehen diese Eigenschaft z.T. negativ und verbinden sie auch mit übermäßigem Alkoholgenuß der Männer (den sie verurteilen), während die Männer das gemeinsame Trinken als einen Akt der Geselligkeit ansehen, so dass gesellige Menschen und trinkfreudige Menschen eine Einheit bilden. Aufgrund der bisher geringen Anzahl von Kommentierungen im bosnischen Kontext können wir bisher keine Aussage dazu machen, ob es eine ähnliche unterschiedliche Bewertung dieser Eigenschaft durch die Geschlechter auch bei den Bosniern und Herzegowinern gibt.

Tab. 6: Gegenüberstellung der Autostereotype der Bosnier vs. Heterostereotype gegenüber den Deutschen

	<b>Bosnier zu Bosniern</b>	<b>%</b>	<b>Bosnier zu Deutschen</b>	<b>%</b>
1.	humorvoll	29,89%	Handelsvolk	30,38
2.	gastfreundlich	27,36%	diszipliniert	30,02
3.	traditionsgebunden	25,72%	pünktlich	24,95
4.	stur	25,18%	gute Organisatoren	24,41
5.	schlechte Politiker	24,46%	fleißig	23,51
6.	gesellig	23,19%	zielstrebig	21,16
7.	fernsehbegeistert	21,56%	umweltbewusst	18,63
8.	jähzornig	21,20%	gute Demokraten	17,36
9.	kameradschaftlich	20,65%	anständig	17,00
10.	hübsche Frauen	20,65%	handwerklich begabt	16,82
11.	trinkfreudig	20,65%	stolz	16,46
12.	stolz	20,11%	fortschrittlich	16,46
13.	konservativ	19,75%	rekordsüchtig	16,09
14.	großzügig	18,48%	gute Politiker	15,91
15.	religiös	18,48%	nationalstolz	15,91
16.	arm	17,75%	gründlich	15,73
17.	großherzig	17,57%	weltmännisch	15,73

18.	nationalstolz	16,49%	anspruchsvoll	15,19
19.	bestechlich	16,30%	arbeitsfreudig	15,19
20.	familienorientiert	15,94%	reich	14,47
N=552			N=552	

### Legende

	Eigenschaften, die zu beiden Gruppen genannt werden
	Eigenschaften, die kontrastierend genannt werden

Bei der Betrachtung der Autostereotype der Bosnier und der Heterostereotype gegenüber den Deutschen fällt die äußerst positive Bewertung der Deutschen und die bereits oben erwähnten negativen Zuschreibungen zu den Bosniern (STUR, JÄHZORNIG, SCHLECHTE POLITIKER und BESTECHLICH) ins Auge.

Die Gegensätze zwischen SCHLECHTE POLITIKER, BESTECHLICH und ARM bei den Bosniern und GUTE POLITIKER, ANSTÄNDIG und REICH bei den Deutschen könnten kaum größer sein.

## 5. Ausblick

Ethnische Stereotype können als Ausdruck von Einstellungen gegenüber anderen Volksgruppen und Ländern gesehen werden und sie beeinflussen diese Einstellungen, da sie nicht nur im **inter- und transkulturellen** Diskurs, sondern vor allem auch im **intrakulturellen** Diskurs auf den verschiedensten Ebenen präsent sind.

Deshalb kann eine vertiefte Kenntnis über wechselseitige Stereotype auch helfen, Integrationsprozesse besser zu verstehen und sie gegebenenfalls auch zu lenken. Denn die Einschätzung, wie gut oder wie schlecht bspw. die Integration von ‚Bosniern‘ in Deutschland gelungen ist, hängt nicht nur von den objektiven Gegebenheiten ab, sondern auch von dem Image, das eine ethnische Gruppe hat, sowie von den Bildern über sie in der deutschen Gesellschaft. Menschen handeln bekanntlich nicht nur aufgrund objektiver Wirklichkeitskenntnis, sondern vielfach aus der subjektiven Perzeption dieses Wirklichkeitsausschnittes heraus.

Wir vermuten, dass solche Einstellungen in Deutschland und in Bosnien auch von historischen und geografischen Faktoren beeinflusst werden, dass sich also z. B. Unterschiede zwischen einer Befragung in den alten und den neuen Bundesländern oder dem Süden und dem Norden Deutschlands zeigen können. Um ein differenziertes, auch solche regionalen Aspekte erfassendes Bild zu gewinnen, werden wir die Befragung zukünftig auch an verschiedenen Orten in Deutschland und in Bosnien-Herzegowina durchführen.

Um statistisch vertretbare Differenzierungen unter Berücksichtigung der **FAKTOREN ALTER, GESCHLECHT** und **BILDUNG** vornehmen zu können soll die Zahl der Befragten in weiteren Erhebungen auf über 1000 Personen erhöht werden. Auch für die Analyse und Interpretation der konnotativen Bedeutungen ist es wichtig auf eine möglichst große Anzahl von Beispielen zurückzugreifen. Der Aufforderung an die Befragten, für die fünf als am **wichtigsten** eingeschätzten Eigenschaften Beispiele zu geben, sind die Befragten nicht immer nachgekommen, so dass das Bedeutungsspektrum für viele Begriffe bisher nur rudimentär erfasst werden konnte. Zusätzlich sollen deshalb durch mündliche Befragungen von Personen verschiedener Altersklassen weitere Beispiele gesammelt und das Korpus so systematisch erweitert werden.

In Deutschland sind von uns nicht nur Erhebungen zu den Stereotypen der Deutschen gegenüber Bosniern, sondern auch gegenüber Kroaten und Serben durchgeführt worden, die demnächst ebenfalls publiziert werden (Baur/Ossenber 2018). Es wird sich zeigen, dass ein großer Teil der

deutschen Sicht unspezifisch „jugoslawisch“ geprägt ist. Umso interessanter wird es sein, die **kleinen Unterschiede** herauszufinden.

Wie unsere Analysen und Interpretationen gezeigt haben, ergeben sich bei den Gegenüberstellungen der verschiedenen autostereotypen und heterostereotypen Sichtweisen Fragestellungen, die für die inter- und transkulturelle Kommunikation (ITKK) von Bedeutung sind. In den Untersuchungen zu ethnischen Stereotypen werden allerdings in der Regel nur die Heterostereotype erhoben, was aus unserer Sicht zu kurz greift. Zahlreiche kulturkontrastive Untersuchungen legen nahe, dass die Kenntnis von Stereotypen und Vorurteilen **sowohl der eigenen als auch der fremden Kultur** eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen von ITKK ist. Deshalb wird die Beschäftigung mit ethnischen Stereotypen auch für Interventionen in **politischen, sozialpädagogischen und schulpädagogischen Handlungsfeldern** der Gesellschaft gefordert (vgl. Gomolla/Radtke 2002, Leiprecht/Kerber 2005, Fereidooni 2011).

Evidenzen für Veränderungen der Wahrnehmungen von und Einstellungen zu Stereotypen haben wir in Seminaren erhalten, in denen wir bisher vor allem mit gemischten deutsch-russischen und deutsch-türkischen studentischen Gruppen gearbeitet haben. In diesen speziell zur Sensibilisierung für ethnische Stereotype und zur Vorbereitung auf ITKK entwickelten Seminaren zeigte sich auch, wie wichtig es ist, dass die Personen aus den verschiedenen ethnischen Gruppen die unterschiedlichen kulturell geprägten konnotativen Bedeutungen der die Eigenschaften bezeichnenden Begriffe kennen. Da es in Seminaren weniger effektiv ist, die Beispiele aus dem Korpus der Beispiele herauszufiltern, gehen wir den Weg, die Angehörigen der beiden ethnischen Gruppen selbst zu involvieren, indem sie zunächst in **ethnisch homogenen** Kleingruppen von 2-3 Personen selbst Beispiele finden und diese anschließend in **ethnisch gemischten** Kleingruppen diskutieren. Eine weitere aktivierende Möglichkeit der Sensibilisierung für die Konnotationen der Eigenschaften besteht darin, dass die Studierenden Gespräche mit Personen aus ihrem Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis führen und die Gesprächspartner die in den Untersuchungen gefundenen TOP 20-Stereotype kommentieren lassen.

Die Studierenden bestätigten uns, dass sich ihre Einstellung zu Stereotypen generell und zu ethnischen Stereotypen im Besonderen durch die Seminare sehr verändert hatte. Des Weiteren glaubten sie, dass sie nicht nur Wissen, sondern auch Können auf dem Gebiet der ITKK erworben hätten.

Zukünftig geplante Veranstaltungen verbinden die oben angedeutete **handlungsorientierte und kooperative Lernpraxis** in besonders effektiver Weise mit **wissenschaftlicher Reflexion** und der Einführung in **wissenschaftliche Forschungsmethoden**. Das didaktische Konzept hierzu wurde bereits erprobt und evaluiert und soll im Rahmen der Kooperation mit ausländischen Universitäten weiterentwickelt werden.

## Literaturverzeichnis

- ALLPORT, Gordon W. [1954] (1971): *Die Natur des Vorurteils. The nature of prejudice*. Köln.
- APELTAUER, Ernst (Hrsg.) (2002): *Interkulturelle Kommunikation. Deutschland – Skandinavien – Großbritannien*. Tübingen.
- APELTAUER, Ernst / POLAT, Tülin / TAPAN, Nilüfer (1998): Selbst- und Fremdbilder türkischer und deutscher Studierender von Deutschen und Türken. In: KURUYAZICI, Nilüfer (Hrsg.): *Schnittpunkte der Kulturen*. Stuttgart, S. 163–171.
- BAUR, Rupprecht S. / OSSENBERG, Stefan (2016): Zur Verbindung von Stereotypen und Komik am Beispiel deutsch-russischer Witze. In: LEONTYI, Halyna (Hrsg.): *(Un)Komische Wirklichkeiten*.

- Komik und Satire in (Post-)Migrations- und Kulturkontexten. Buchreihe „Erlebniswelten“.* Wiesbaden, S. 329–342.
- BAUR, Rupprecht S. / OSSENBERG, Stefan / CHURBANOVA, Natalia (2017): Deutsche und russische Stereotype im Vergleich In: WITZLACK-MAKAREVICH, Kai / WULFF, Nadja (Hrsg.): *Handbuch des Russischen in Deutschland: Migration – Mehrsprachigkeit – Spracherwerb.* Berlin, S. 61–79.
- BAUR, Rupprecht S. / OSSENBERG, Stefan / ZARUDKO, Marina (2013): Deutsche und russische Stereotypen im Vergleich – Zur Erforschung von nationalen Bildern in unseren Köpfen. In: KELLERMEIER-REHBEIN, Birte / HASELHUBER, Jakob / SCHNEIDER-WIEJOWSKI, Karina (Hrsg.): *Vielfalt, Variation und Stellung der deutschen Sprache.* Berlin; New York, S. 549–562.
- BAUSINGER, Herrmann (1988): Stereotypie und Wirklichkeit. In: *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 14*, S. 157–170.
- DIEKMANN, ANDREAS. (2012): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen.* 6. Aufl., [23. Aufl. Der Gesamtausg.] ed. Reinbek Bei Hamburg.
- FEREIDOONI, Karim (2011): *Schule- Migration – Diskriminierung: Ursachen der Benachteiligung von Kindern mit Migrationshintergrund im deutschen Schulwesen.* Wiesbaden.
- GOMOLLA, Mechthild / RADTKE, Frank-Olaf (2002): *Institutionelle Diskriminierung. Die Herstellung ethnischer Differenz in der Schule.* Opladen.
- LEIPRECHT, Rudolf / KERBER, Anne (2005): *Schule in der Einwanderungsgesellschaft.* Sammelband. Schwalbach Ts.
- LIMESURVEY GMBH / LIMESURVEY (2017): *An Open Source survey tool / LimeSurvey GmbH Hamburg, Germany.* URL <http://www.limesurvey.org> [15.08.2018].
- OSSENBERG, Stefan (2018): *Stereotype inter- und intrakulturell: Untersuchungen zu deutschen und türkischen Stereotypen.* (im Druck)
- OSSENBERG, Stefan / BAUR, Rupprecht S. (2016): Wie kommen wir an die Bilder in unseren Köpfen? Zur Methodologie einer interkulturell anwendbaren Stereotypenerhebung. In: *Linguistik online*, 79 (5), S. 9–24.
- SCHÄFER, Bernd / SIX, Bernd (1978): *Sozialpsychologie des Vorurteils.* Stuttgart.
- SODHI, Kripal S. / BERGIUS, Rudolf (1953): *Nationale Vorurteile.* Berlin.
- TAJFEL, HENRI (1969). Cognitive Aspects of Prejudice. In: *Journal of Social Issues* 25, S. 79–97.
- TAJFEL, HENRI (1981). *Human Groups and Social Categories. Studies in Social Psychology.* Cambridge.
- THIELE, MARTINA (2015): *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes.* Bielefeld.

**Anhang A: Deutsche Merkmalliste**

sprachbegabt	maßlos	modisch	emotional
gute Politiker	eitel	rücksichtslos	rational
Zuverlässig	Volk der Zukunft	streitsüchtig	gesellig
ruhmsüchtig	intelligent	umgänglich	arbeitsfreudig
anständig	faul	gründlich	kriminell
schlechte Demokraten	geizig	verschlossen	pünktlich
großzügig	natürlich	kameradschaftlich	umweltbewusst
gut gewachsen	nationalstolz	treu	ängstlich
pflichtbewusst	konservativ	freiheitsliebend	freundlich
tolerant	naiv	selbstbewusst	distanziert
materiell eingestellt	diplomatisch	lässig	großherzig
konventionell	schlechte Politiker	hinterlistig	ehrllich
schmutzig	Massenmenschen	unberechenbar	friedlich
handwerklich begabt	anspruchsvoll	gute Wissenschaftler	attraktive Männer
kultiviert	gute Organisatoren	militaristisch	ordentlich
heimatliebend	rekordsüchtig	oberflächlich	fremdenfeindlich
Herrenvolk	schönheitsliebend	bequem	rassistisch
reserviert	bestechlich	gute Hausfrauen	
tapfer	ausdauernd	brutal	
höflich	autoritätshörig	sentimental	
Volk von Bauern	gute Demokraten	diszipliniert	
großspurig	zielstrebig	Handelsvolk	
jähzornig	Idealisten	weltmännisch	
stur	gute Ärzte	unsoldatisch	
misstrauisch	gute Techniker	rachsüchtig	
tierliebend	philosophische Lebenshaltung	korrekt	
gute Soldaten	rassebewusst	Klassenunterschiede	
Zusammengehörigkeitsgefühl	arm	revolutionär	
sportlich	ungebildet	willensstark	
unzuverlässig	nüchtern	dekadent	
religiös intolerant	anspruchlos	fernsehbegeistert	
Überschätzung des Fremden	fanatisch	traditionsgebunden	
leichtlebig	individualistisch	stolz	
Dichter und Denker	reich	fleißig	
künstlerisch	impulsiv	fortschrittlich	
kinderlieb	sparsam	humorvoll	
unterwürfig	religiös	hübsche Frauen	
primitiv	abergläubisch	musikalisch	
neidisch	sauber	dankbar	
familienorientiert	arrogant	trinkfreudig	
bürokratisch	gastfreundlich	friedliebend	



**Anhang B: Bosnische Merkmalliste**

nadareni za druge strane jezika	neumjereni	pomodni	osjećajni
dobri političari	sujetni	bezobzirni	racionalni
pouzđani	narod budućnosti	svadljivi	društveni
slavoljubni	inteligentni	pristupačni	vole raditi
pristojni	lijeni	temeljiti	kriminalni
loše demokrate	škrti	zatvoreni	tačni
velikodušni	prirodni	drugarski	ekološki osvješteni
dobro građeni	ponosni na svoju naciju	vjerni	strašljivi
savjesni	konzervativni	slobodoljubivi	ljubazni
tolerantni	naivni	samouvjereni	distancirani
materijalisti	diplomatični	neformalni	velikodušni
konvencionalni	loši političari	podmukli	iskreni
prljavi	slijede masu	nepredvidljivi	mirni
obrtnički nadareni	zahtjevni	dobri naučnici	zgodni muškarci
kultivirani	dobri organizatori	militantni	uredni
domoljubljivi	željni rekorda	površni	ne vole strance
gospodarski narod	vole ljepotu	neaktivni	rasisti
suzdržani	podmitljivi	dobre domaćice	
hrabri	ustrajni	brutalni	
uljudni	poslušni autoritetima	sentimentalni	
seljački narod	dobri demokrati	disciplinovani	
uobraženi	usmjereni ka cilju	trgovački narod	
nagli	idealisti	svjetski ljudi	
tvrdoglavi	dobri ljekari	nevojnički narod	
sumnjičavi	dobri tehničari	osvetoljubivi	
vole životinje	filozofski način života	korektni	
dobri vojnici	svjesni svoje rase	klasne razlike	
osjećaj zajedničke pripadnosti	siromašni	revolucionari	
sportski	neobrazovani	snažne volje	
nepouzđani	triježveni	dekadentni	
religijski intolerantni	nezahtjevni	oduševljeni za televiziju	
precjenjuju strano	fanatični	vezani za tradiciju	
lagodno žive	individualci	ponosni	
pjesnici i mislioci	bogati	vrijedni	
umjetnički	impulzivni	napredni	
vole djecu	štedljivi	šaljivi	
pokorivi	religiozni	lijepo žene	
primitivni	praznovjerni	muzikalni	
zavidni	čisti	zahvalni	
privrženi porodici	arogantni	rado piju	
birokratski	gostoprmljivi	miroljubivi	