

„Das sind doch alles Jugoslawen.“¹ Deutsche Heterostereotype zu Bosniern, Kroaten und Serben

„All of them just Yugoslavs“ – German stereotypes about Bosnians, Croats and Serbs

Rupprecht S. BAUR
Stefan OSSENBERG
(DUISBURG-ESSEN)
izvorni znanstveni rad

SCHLÜSSELWÖRTER:
*Ethnische Stereotype,
Stereotype über
Bosnier/Kroaten/
Serben, Autostereotype
der Deutschen,
Merkmallisten-Verfahren
(stereotype check list)*

KEYWORDS:
*Ethnic stereotypes,
Stereotypes to Bosnians/
Croatsians/Serbs,
Autostereotypes of
Germans, Characteristics
list procedure (stereotype
check list)*

ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Studie untersucht, welche Stereotype den Bosniern, Kroaten und Serben von den Deutschen zugeschrieben werden. An der Erhebung nahmen mehr als 1800 Deutsche mit einem Durchschnittsalter von 25,5 Jahren teil. Sie erfolgte auf der Grundlage einer eigenen Merkmalliste (stereotype check list) mit 140 Items, die Baur und Ossenbergs bereits in Untersuchungen mit Russen und Türken erprobt hatten. Die Ergebnisse zeigen, dass die Deutschen zwischen den drei ethnischen Gruppen aus dem ehemaligen Jugoslawien nur geringe Unterschiede sehen. Die Autoren fokussieren und interpretieren deshalb diese Unterschiede und plädieren dafür, zur Interpretation der genannten Stereotype auch qualitative Daten hinzuzuziehen.

ABSTRACT

This study examines which stereotypes are ascribed to Bosnians, Croats and Serbs by Germans. More than 1,800 Germans with an average age of 25.5 years took part in the survey. The survey was based on a stereotype check list with 140 items that Baur and Ossenbergs had already tested with Russians and Turks. The results show that Germans see only minor differences between the three ethnic groups from former Yugoslavia. The authors therefore focus on and interpret these differences and argue that qualitative data should also be used to interpret these stereotypes.

1 Kommentierung eines Probanden in unserer Befragung.

EINLEITUNG

Der Amerikaner Walter Lippmann hat 1923 mit seinem Buch „Public Opinion“ als erster darauf aufmerksam gemacht, dass in Gesellschaften Meinungen über Gruppen von Menschen existieren, die gesellschaftliche Zuschreibungen darstellen und die als implizites Wissen ungeprüft reproduziert werden. Diese impliziten Wissensbestände hat Lippmann als „Bilder in unseren Köpfen“ definiert und als „Stereotype“ bezeichnet. Lippmanns Beobachtungen und Analysen gaben den Anstoß zu einer wissenschaftlichen Erforschung der Stereotype von nationalen und ethnischen Gruppen, wobei durch die amerikanischen Soziologen Katz und Braly (1933) das sog. Merkmallisten-Verfahren eingeführt wurde, das bis heute vor allem in der quantitativen Stereotypenforschung angewendet wird. Unter Verwendung des Merkmallisten-Verfahrens haben Baur und Ossenberg größere Erhebungen zu Stereotypen im deutsch-russischen und deutsch-türkischen Kontext durchgeführt (vgl. Baur/Ossenberg/Churbanova 2017; Baur/Ossenberg 2016; Ossenberg 2019). Ziel dieser Untersuchungen war und ist es, den Stand und die Entwicklung von ethnischen Stereotypen auf der Grundlage eines zuverlässigen Messinstruments beobachten zu können. Das konzipierte Forschungsdesign soll zum einen international durchführbar sein, zum anderen eine möglichst hohe Rücklaufquote garantieren (s. u. Abschnitt 4) und insbesondere auch eine kulturkontrastive Vergleichbarkeit der Ergebnisse der Erhebungen in Deutschland und in anderen Staaten ermöglichen. Durch Erhebungen zu verschiedenen Zeitpunkten können sowohl interkulturelle Entwicklungen festgestellt werden als auch pädagogische Interventionen zum besseren Verständnis interkultureller Wahrnehmungen und zur Sensibilisierung für interkulturelle kommunikative Prozesse implementiert werden. Methodische Grundlagen der Erhebungen von Baur und Ossenberg sind damit die folgenden:

- Die Durchführung von Erhebungen mit einem einheitlichen Messinstrument, so dass Vergleiche zwischen verschiedenen interethnischen Untersuchungen ermöglicht werden.
- Die Befragung von mindestens 500 Personen um eine Datenbasis zu erhalten, die statistisch auch mehrfaktoriell auswertbar ist (z.B. nach den Faktoren Geschlecht, Alter, Bildung, Kontakte zur jeweiligen ethnischen Gruppe).
- Eine bidirektionale Erhebung von Hetero- und Autostereotypen der

beiden zu vergleichenden ethnischen Gruppen, da Urteile über andere ethnische Gruppen auch immer mit dem Selbstbild ethnischer Gruppen, d.h. mit den Autostereotypen verbunden sind.

Untersuchungen zu Stereotypen der Deutschen über Bosnier, Kroaten und Serben existieren bisher nicht. Nach dem Modell der o. g. Untersuchungen der Essener Forschungsgruppe zu ethnischen Stereotypen wurde von den Autoren deshalb ein entsprechendes Projekt geplant.² Im Vergleich zu den Untersuchungen im russisch-deutschen und türkisch-deutschen Kontext sind bei den drei südslawischen Ethnien besondere Entwicklungen zu berücksichtigen.

1955 wurde ein Anwerbeabkommen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und Italien zur Anwerbung von Arbeitskräften geschlossen, dem ab 1960 Abkommen mit Spanien, Griechenland, der Türkei, Marokko, Portugal, Tunesien und 1968 mit Jugoslawien als letztem Land folgten. Die „Jugoslawen“ bildeten seitdem eine der größten Zuwanderergruppe in der Bundesrepublik Deutschland. Sie galten im Laufe der Jahrzehnte als gut integriert und ethnische Unterschiede wurden von den Deutschen dabei kaum wahrgenommen. Der Zerfall Jugoslawiens und die damit einhergehenden kriegerischen Auseinandersetzungen und schließlich der Beitritt Kroatiens zur Europäischen Union im Jahr 2013 änderten die geopolitische Situation auf dem Balkan grundlegend. Daraus hat sich für uns die Frage gestellt, ob die drei von uns untersuchten ethnischen Gruppen aus dem ehemaligen Jugoslawien von den Deutschen differenziert werden können, ob die drei südslawischen ethnischen Gruppen unterschiedlich wahrgenommen werden und ob ihnen auch unterschiedliche Eigenschaften zugeschrieben werden. Unsere Hypothese ist, dass sich bei Betrachtung der Gesamtergebnisse der deutschen Antworten nur geringe Unterschiede zeigen werden, dass die Unterschiede aber deutlicher hervortreten können, wenn die Stichprobe vergrößert wird, so dass nach Alter und Bildung differenzierte Teilgruppen gebildet und untersucht werden können. Die Erhebungen werden deshalb in Zukunft noch fortgeführt.

Im vorliegenden Beitrag stellen wir die ersten Ergebnisse einer Erhebung zu Stereotypen vor, die deutsche Probanden bei unserer Befragung Bosniern, Kroaten und Serben zuschreiben. Bevor wir zu den Ergebnissen kommen, erläutern wir unser Erhebungsverfahren und die Entstehung unserer Merkmalliste.

2 In Bosnien konnten bereits Befragungen zu Stereotypen über die Deutschen durchgeführt werden. Befragungen in Kroatien und Serbien sind für 2019 geplant.

2. ZUM MERKMALLISTEN-VERFAHREN

Seit 1933 wird das Merkmallisten-Verfahren (von Katz und Braly als *adjective checklist* eingeführt) als ein geeignetes Mittel für Erhebungen von Stereotypen angesehen und angewendet. Obwohl das Merkmallisten-Verfahren zur Erhebung von Stereotypen kritisiert wurde (vgl. z.B. Ganter 1997, Eckes 2008 und Thiele 2015), gibt es in Ergänzung zu qualitativen Erhebungs- und Untersuchungsmethoden, die in der Forschung überwiegen, kein in Effektivität und Forschungstiefe vergleichbares Instrument für quantitative Erhebungen. Kritik an quantitativ orientierten Stereotype-Untersuchungen wird häufig an den grundlegenden ersten Erhebungen festgemacht, die den heutigen methodischen Standards nur noch teilweise entsprechen. Mängel der Durchführung und daraus resultierende Schwächen werden zu Unrecht der Methode selbst zugeschrieben. Kritisiert wird unter anderem die Beschränktheit „einer einseitigen methodisch-technischen Operationalisierung“, die „Annahme einer binären Zuordnung“, die „Unbestimmtheit des Prägnanzkriteriums“ und die „unzureichende Differenzierung zwischen der Erfassung der Kenntnis und der persönlichen Akzeptanz eines Stereotyps“ (vgl. Ganter 1997: 7 ff.). Wie Ganter betont, hat das Merkmallisten-Verfahren von Katz/Braly trotzdem bis heute einen festen Platz bei Erhebungen von nationalen Stereotypen. Ganter nennt exemplarisch u.a. die Erhebungen von Gilbert (1951), Ashmore/Del Boca (1981) und Stroebe (1985). Als Grund für die häufige Nutzung des Verfahrens lässt sich Gardner (1994) zitieren: „The obvious advantage of this technique is its simplicity. It is easy to administer and easy to interpret, at least at the group level“ (Gardner 1994: 7)³.

Gleichwohl sind auch wir der Meinung, dass zur Interpretation der Stereotypen-Merkmale, die den ethnischen Gruppen von den Befragten zugeschrieben werden, ergänzende qualitative Daten erhoben werden müssen. Deshalb werden die Probanden in der online-Befragung dazu aufgefordert, zu den von ihnen im Fragebogen durch Ankreuzen ausgewählten Eigenschaften fünf Eigenschaften, die sie für die ethnische Gruppe für besonders charakteristisch halten, durch Beispiele zu belegen. Dadurch sollen die konnotativen Bedeutungen herausgearbeitet werden, die in der Regel kulturspezifisch geprägt sind und deshalb für die Interpretation der Eigenschaften Informationen enthalten.

3 Zitiert nach Ganter (1997: 6).

Entsprechende Beispiele besprechen wir in Abschnitt fünf.

Ein weiterer Vorteil des Merkmallisten-Verfahrens liegt neben seiner effektiven Operationalisierbarkeit in der Vergleichbarkeit von gewonnenen Ergebnissen. Aus diesem Grund ist dieses Verfahren unter anderem auch von Fontana/Hartsough (1970) und Madon et al. (2001) verwendet worden. Dies hat in neuerer Zeit zu einer großen Akzeptanz der Methode innerhalb der Forschung geführt.

Dem Vorgehen des etablierten Merkmallisten-Verfahrens innerhalb der Stereotypen-Forschung folgend, haben wir uns für die hier vorliegende Untersuchung für die Erstellung einer Querschnittsuntersuchung (genauer: einer Trendstudie entschieden), da Angaben von Probanden verschiedener Altersstufen, welche zu unterschiedlichen Zeitpunkten erhoben wurden, miteinander verglichen werden.

Aufgrund der Datenerhebung zu verschiedenen Zeitpunkten werden durch das von uns eingesetzte Schneeballsystem aus der Grundgesamtheit der Gesamtbevölkerung Stichproben zu einer jeweils identischen Fragestellung gezogen (vgl. Diekmann 2012: 376). Die Anzahl der ausgewählten Elemente (der Stichprobenumfang) beträgt bei der vorliegenden Untersuchung 1.820 Personen.

Die Ergebnisse dieser Arbeit können aufgrund der Struktur der Stichprobe zwar statistisch gesehen keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben, können aber aufgrund der Menge der befragten Personen einen Trend in den Gruppen anzeigen. Bei der Befragung wurde ein höchstmögliches Maß an Objektivität angestrebt. Um dies zu gewährleisten und um potentielle Antwortverzerrungen zu vermeiden, wurde ein computerbasierter Zufallsmechanismus genutzt, der eine zufällige Anordnung der Fragen bei jedem Probanden vornimmt. Auf diese Weise kann verhindert werden, dass Probanden, die nebeneinander sitzen, sich gegenseitig beeinflussen.

3. ANGABEN ZUR ERHEBUNG UND ZU DEN PROBANDEN

Mit einer von uns an anderer Stelle bereits beschriebenen Merkmalliste und einem ergänzenden Fragenkomplex (vgl. Ossenber/Baur 2016, Merkmalliste s.u. im Anhang) wurden bisher in Deutschland insgesamt 1.820 Probanden zu deutsch-bosnischen, deutsch-kroatischen und deutsch-serbischen Heterostereotypen befragt. Die Probanden werden während der Befragung gebeten auf

die Frage „Was trifft Ihrer Meinung nach zu?“ „Deutsche (bzw. Bosnier, Kroaten, Serben) sind/haben...“ zu antworten. Wie oben schon erwähnt, werden die Merkmale den Teilnehmern der Studien digital zugänglich gemacht und es erfolgt eine computergestützte und randomisierte Auflistung der einzelnen Eigenschaften, sodass die Anordnung der Eigenschaften bei jedem Aufruf der Befragung neu erfolgt. Dadurch kann Antwortverzerrungseffekten durch ‚Kooperation‘ von Teilnehmern vorgebeugt werden. Es sollen mindestens fünf Eigenschaften ausgewählt (durch Ankreuzen markiert) werden, maximal können es 140 sein - das wäre der Gesamtumfang der Liste (was natürlich nie vorkommt). Von den 140 Eigenschaften werden durchschnittlich zwischen 18 und 30 markiert. Diese werden den Probanden am Ende des Durchgangs (ein ‚Zurückblättern‘ ist nicht möglich) automatisch erneut vorgelegt und die Probanden werden gebeten, aus ihrer gesamten Auswahl noch einmal die fünf Eigenschaften auszuwählen, die ihnen „am zutreffendsten“ erscheinen. Dadurch kann die Stärke der von den Probanden jeweils genannten Merkmalen ausgewertet werden. In der hier vorliegenden Publikation behandeln wir allerdings nur die prozentualen Nennungen der Probanden. Zukünftig wollen wir in einem weiteren Schritt auch diese ‚Ladungen‘ der Stereotype auswerten. Ein weiteres Ziel ist es, zusätzlich qualitative Bewertungen für diese fünf ausgewählten Eigenschaften zu gewinnen. (Vgl. dazu die Abschnitte 5 und 6)

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 zielgerichtet zu vergeben und zu kontrollieren (Baur/Ossenberg 2017: 5). Zusätzlich können durch die in Echtzeit gespeicherten und zur Verfügung stehenden Daten jederzeit Teilergebnisse präsentiert werden, die zeitliche Parameter berücksichtigen - z. B. vor und nach einem Ereignis, das die Beziehungen zwischen den involvierten ethnischen Gruppen belasten kann.⁴

Gerade in Fragen des sensiblen Forschungsthemas der Einstellungen zu und Vorstellungen von anderen Kulturen, Ethnien und Nationen war es uns ein Anliegen, den Probanden u. a. durch die Abwesenheit möglicher Interviewer eine Anonymität zu garantieren und somit den Faktor der ‚sozialen

4 Dieses Erhebungsverfahren wurde bereits zu verschiedenen Zeitpunkten in den oben genannten deutsch-russischen und deutsch-türkischen Untersuchungen angewendet (Vgl. Baur/Ossenberg 2016, Baur/Ossenberg/Churbanova 2017, Ossenberg 2019, Baur/Ossenberg/Zarudko 2013). Dadurch konnte z. B. überprüft werden, ob sich durch die Russland-Ukraine-Krise und durch die politischen Veränderungen nach dem Putsch in der Türkei die stereotypischen Zuschreibungen verändert hatten.

Erwünschtheit‘ des Antwortverhaltens zu minimieren.

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 weiterzugeben, um eine möglichst weite soziodemographische Spannbreite zu erreichen. Die Durchführung der Befragung *online* bietet zudem weitere Vorteile, da durch eine entsprechende Programmierung den Befragten die Antwortoptionen nicht dauerhaft zur Verfügung stehen und durch ‚Zurückblättern‘ nachträglich keine Veränderungen mehr vorgenommen werden können. Im Gegensatz zu bisherigen Erhebungen von Stereotypen sind die Antworten dieser Arbeit aus den o. g. Gründen fast ausschließlich 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. Basierend auf dem Schneeballsystem erhielten Studierende der Universität Duisburg-Essen jeweils einen personalisierten Zugangsschlüssel, der bis zu 20-mal verwendet werden konnte. Dieser Zugangsschlüssel wurde dann genutzt, um Personen verschiedener Altersstufen im persönlichen Umfeld der Studierenden zu befragen. Alle an der Umfrage Beteiligten erhielten zu diesem Zweck eine Handlungsempfehlung, 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 beachten (explizit wurde auf die Gewichtung von Geschlecht und Alter 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. Die Befragung findet anonymisiert 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, wie oben dargestellt, auch qualitative Daten erhoben.

Befragt wurden die Probanden in Deutschland zu den Heterostereotypen zu einer der drei Gruppen (Bosnier, Kroaten oder Serben). Insgesamt nahmen an der Befragung zu den südslawischen ethnischen Gruppen, wie bereits gesagt, 1.820 Probanden an der hier vorgestellten Pilotstudie in Deutschland teil. Das ausgewertete Korpus der Autostereotype der Deutschen besteht aus 5.355 Rückläufen. In dieses Korpus wurden auch die bei identischen Befragungen in den deutsch-russischen und deutsch-türkischen Untersuchungen gewonnenen Daten aufgenommen. Diese Gruppe, die aufgrund ihrer Größe als statistisch repräsentativ angesehen werden kann, wird in Tabelle 1 nicht beschrieben.

Die drei zu Bosniern, Kroaten und Serben befragten deutschen Probandengruppen werden in der folgenden Tabelle kurz skizziert.

TABELLE 1

Charakteristik der deutschen Probanden, die zu Bosniern, Kroaten und Serben befragt wurden

	Befragte zu Bosniern	Befragte zu Kroaten	Befragte zu Serben
	607	590	623
Männer	38,22%	36,95%	37,24%
Frauen	57,66%	59,66%	58,59%
Migrationshintergrund	6,1%	10,85%	9,63%
Studierende	29,16%	33,20%	36,76%
Personen ab 45	11,03%	9,15%	7,86%
Altersdurchschnitt	26,36%	25,51	24,84

Wie zu sehen ist, sind in allen drei Probandengruppen ähnliche Verteilungen bei den Faktoren Alter, Geschlecht und Bildungsgrad (hier exemplarisch an dem Merkmal „Studierende“ gezeigt) festzustellen. In allen drei Gruppen waren auch Personen vertreten, die angaben, einen Migrationshintergrund zu besitzen. Diese wurden für die in dieser Analyse vorgenommenen Auswertungen aus dem Datensatz ausgeschlossen.

Eine genauere Betrachtung der Antworten von Teilgruppen wollen wir vornehmen, sobald nach weiteren Erhebungen im Datensatz eine Teilnehmerzahl von über 500 Personen mit einem Alter ab 45 Jahren erreicht wurde. Ziel ist es dabei das Bild über „Jugoslawen“ bei Personen, die Jugoslawien als Staat noch gekannt haben, mit dem Bild der Probanden zu vergleichen, denen ausschließlich die drei Nachfolgestaaten bekannt sind.⁵ Auch eine eigene Auswertung und Analyse der Stereotype von in Deutschland lebenden Personen mit Migrationshintergrund lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht vornehmen, da auch hier die Anzahl der Probanden zu gering ist. In einer multikulturellen Gesellschaft ist es grundsätzlich von Interesse, auch die interethnischen stereotypen Vorstellungen von Einwohnern mit Migrationshintergrund zu erheben. (Vgl. hierzu Baur/Ossenberg/Churbanova 2017)

Nach weiteren Erhebungen werden wir in kommenden Publikationen auch den Einfluss der Faktoren Alter, Geschlecht, Bildung, Kenntnisse über die jeweils andere Kultur sowie Migrationshintergrund untersuchen.

4. ERSTE ERGEBNISSE

TABELLE 2

Stereotyp der Deutschen zu Bosniern, Kroaten und Serben

Deutsche zu Bosniern		Deutsche zu Kroaten		Deutsche zu Serben	
traditionsgebunden	29,12%	gastfreundlich	33,46%	traditionsgebunden	25,75%
gastfreundlich	27,37%	heimatliebend	28,33%	heimatliebend	22,91%
heimatliebend	27,02%	freundlich	26,43%	nationalstolz	22,56%
familienorientiert	25,26%	traditionsgebunden	25,86%	familienorientiert	21,85%
religiös	20,88%	familienorientiert	24,33%	religiös	20,60%

⁵ Mit „bekannt“ ist hier in erster Linie die Kenntnis aus den Massenmedien gemeint; persönliche Bekanntschaften und Besuche des Landes sind dabei nicht ausgeschlossen. Die Art der Kenntnisse wird in den soziobiografischen Daten für jeden Probanden erhoben, sodass bei Auswertungen entsprechende Differenzierungen vorgenommen werden können.

stolz	19,82%	gesellig	24,14%	gastfreundlich	17,05%
nationalstolz	19,47%	nationalstolz	20,53%	stolz	16,87%
gesellig	19,47%	stolz	17,87%	trinkfreudig	16,70%
freundlich	15,96%	trinkfreudig	15,78%	gesellig	16,52%
impulsiv	15,44%	religiös	15,59%	freundlich	14,56%
arm	15,09%	großherzig	15,21%	arm	13,68%
trinkfreudig	11,40%	umgänglich	14,83%	konservativ	12,97%
großherzig	11,40%	friedlich	14,64%	impulsiv	11,37%
Zusammen- gehörigkeitsgefühl	10,88%	höflich	14,45%	Zusammen- gehörigkeitsgefühl	10,66%
höflich	10,53%	natürlich	12,74%	kameradschaftlich	10,12%
konservativ	10,53%	selbstbewusst	12,74%	emotional	9,41 %
gute Hausfrauen	9,82%	hübsche Frauen	12,55%	großherzig	9,06%
dankbar	9,65%	dankbar	11,79%	kinderlieb	8,70%
freiheitsliebend	9,30%	Zusammen- gehörigkeitsgefühl	11,60%	Volk von Bauern	8,70%
emotional	9,12%	humorvoll	11,60%	höflich	8,35%
	N=570		N=526		N=563

Die Deutschen Probanden gaben in ihren jeweiligen TOP 20 zu allen drei Gruppen dreizehn übereinstimmende Eigenschaften an: *traditionsgebunden*, *heimatliebend*, *gastfreundlich*, *familienorientiert*, *religiös*, *nationalstolz*, *gesellig*, *stolz*, *freundlich*, *großherzig*, *trinkfreudig*, *Zusammengehörigkeitsgefühl* sowie *höflich*.

Die Hypothese, dass für den größten Teil der Deutschen die Gemeinsamkeiten im Rahmen eines überkommenen diffusen Jugoslawien-Bildes überwiegen, scheint damit bestätigt zu werden. Um diese Hypothese zu verifizieren, müssen aber qualitative Daten, d. h. die Kommentierungen zu den Eigenschaften hinzugezogen werden. Unabhängig von dem Fragebogen haben wir - mit dem Ziel einer Triangulation der Daten - damit begonnen, weitere Interviews mit Deutschen zu den gefundenen Eigenschaften zu führen. Denn die konnotativen Bedeutungen und kulturspezifischen Assoziationen erschließen sich häufig erst aus Kommentierungen. So kann z.B. *traditionsgebunden* negativ mit Rückständigkeit oder auch positiv mit dem Festhalten an geschätzten traditionellen Werten und Normen verbunden sein. Ähnlich kann *religiös* den Anstrich von religiösem Fanatismus haben oder mit positiven Werten wie soziales Engagement und Hilfe für Menschen in Not assoziiert werden. Eine widersprüchliche Bewertung kann auch der Eigenschaft *trinkfreudig* zugerechnet

werden: Wie wir in Gesprächen mit Deutschen feststellen konnten, setzen sie diese Eigenschaft als deutsches Autostereotyp mit Geselligkeit gleich, bewerten sie aber als Heterostereotyp bei den Russen als Trunksucht. In Abschnitt 7 werden wir auf diese Eigenschaft zurückkommen.

Von den sieben Eigenschaften, die nicht allen drei ethnischen Gruppen zugeschrieben werden, werden einige von jeweils zwei Gruppen geteilt:

Bosniern und Serben werden gemeinsam die Eigenschaften *impulsiv, emotional, konservativ* sowie *arm* zugeschrieben. Gespräche zu den Eigenschaften mit Deutschen zeigten, dass die ersten drei Eigenschaften im Sinne von *unbeherrscht* negativ konnotiert werden. *Konservativ* und *arm* werden mit *rückständig* assoziiert.

Bei Aussagen zu Bosniern und Kroaten gab es die Übereinstimmung, dass beide Gruppen als *dankbar* angesehen werden. Hier wurde von den interviewten Deutschen angeführt, dass die Bosnier häufig ihre Dankbarkeit für die Aufnahme von Flüchtlingen und für die medizinische Hilfe, die von den Deutschen in der Zeit des Krieges geleistet wurde, ausdrücken. Kroaten äußern sich gegenüber Deutschen dankbar, weil Deutschland die Unabhängigkeit Kroatiens als erster Staat anerkannt hatte und weil Deutschland den Beitritt zur Europäischen Union unterstützt hat.

Kroaten und Serben teilen sich demgegenüber aus deutscher Perspektive keine weitere Eigenschaft.

Bosniern werden in den Top 20 als Alleinstellungsmerkmale ausschließlich die Eigenschaften *gute Hausfrauen* und *freiheitsliebend* zugeschrieben.

In den zwanzig meistgenannten Eigenschaften zu Serben wurden allein dieser Gruppe die Eigenschaften *kameradschaftlich* sowie *kinderlieb* zugeschrieben.

Eigenschaften die ausschließlich zu Kroaten geäußert wurden waren *friedlich, hübsche Frauen, umgänglich, humorvoll, selbstbewusst* sowie *natürlich*.

Auffallend ist, dass für die Kroaten in den TOP 20 sechs Eigenschaften angeführt werden, die nur die Kroaten charakterisieren, während es bei Bosniern und Serben jeweils nur zwei Eigenschaften sind. Hier lässt sich vermuten, dass die Deutschen die Kroaten als eigene ethnische Gruppe aus dem ehemaligen Jugoslawien besser identifizieren können als die beiden anderen Gruppen. Zwei Gründe können als Ursache dafür vermutet werden; erstens, dass Kroatien als einziges der drei Länder EU-Mitglied ist, und zweitens, dass Kroatien eines der beliebtesten Urlaubsländer der Deutschen ist.

Antworten, die in den freien Kommentierungen zu den Bosniern gegeben

wurden, haben wir bereits an anderer Stelle besprochen (vgl. Baur/Ossenberg/Smalagic 2018). Im Folgenden werden wir exemplarisch Kommentierungen für einige Eigenschaften der TOP 20 der Kroaten vorstellen, um einen Einblick in das Material zu geben⁶. Auf der Grundlage der gesamten Kommentierungen, die erst zu einem späteren Zeitpunkt aufgearbeitet werden können, kann die semantische Struktur der genannten Eigenschaften und die komplexe Struktur der Fremdbilder herausgearbeitet werden.

6. OFFENE ANTWORTEN DER BEFRAGTEN

6.1 *Alleinige Eigenschaften der Top 20 zu Kroaten*

Hübsche Frauen

- B1 Severina Vučković
- B2 Sehr viele gutaussehende Frauen in allen Altersstufen

Umgänglich

- B3 Sie sind gesellig, laden Freunde ein und feierten mit Grillen und Getränken.

Humorvoll

- B4 Der Betreiber eines kroatischen Restaurants ist sehr humorvoll und erzählt fesselnde, lustige Geschichten.

Selbstbewusst

- B5 Viele die ich kennenlernen durfte, hatten immer ein gewisses Potenzial an Selbstüberzeugung. In jeglicher Hinsicht in jeglicher Diskussion. Vermutlich etwas, meiner Meinung nach, was die Mentalität mit sich bringt.
- B6 Ich kenne nur selbstbewusste Kroaten die stolz auf ihre Wurzeln sind.

Natürlich

- B6 Ich habe bisher nur Kroaten kennengelernt, die in ihrer Art sehr natürlich sind und nichts vorspielen, sich in anderen Kulturen integrieren

⁶ Die Kommentierungen werden original wiedergegeben, d.h. ohne orthographische oder syntaktische Verbesserungen.

und keine Vorurteile gegenüber anderen.

Die Beispiele lassen darauf schließen, dass die Zuschreibungen zum großen Teil auf persönlichen Eindrücken beruhen, die sowohl auf Kontakte in Deutschland (B4) als auch auf Kontakte und Beobachtungen im Urlaub zurückzuführen sind (B2 und B6).

B1 lässt darauf schließen, dass auch die Medien einen Einfluss haben.

6.2 *Eigenschaften die Bosnier und Kroaten gemeinsam haben*

Friedlich zu Bosniern:

- B7 Ich glaub, sie haben genug von Krieg in dem Teil der Erde.

Friedlich zu Kroaten

- B8 Sehr wenig im Weltstreit verwickelt
- B9 EU Zugehörigkeit

An diesen Kommentierungen ist zu erkennen, dass die Bosnier in erster Linie als Opfer des jugoslawischen Krieges gesehen werden, während bei den Kroaten die Zugehörigkeit zur EU mit der Eigenschaft *friedlich* assoziiert wird.

6.3 *Die Eigenschaft kinderlieb bei Serben*

Kinderlieb zu Serben

- B10 Kinder sind in dieser Gesellschaft gern gesehen und werden in diesen Kreisen als Segen gesehen. In einer Ehe wird dies quasi erwartet, dass Kinder auf die Welt gebracht werden.
- B11 Familie, vor allem Kinder, steht an erster Stelle

Diese Beispiele zeigen indirekt, dass die Heterostereotype auch etwas mit dem Eigenbild der Deutschen (den Autostereotypen) zu tun haben. Man bemerkt, dass manche Dinge in den serbischen Familien ‚anders‘ sind: Im Unterschied zu Deutschland sind die Familien größer, es ist selbstverständlich, dass Ehepaare Kinder haben (wollen/sollen), die Kinder sind freier („dürfen mehr“ – so in einem anderen Kommentar) und stehen im Mittelpunkt.

Unter diesem Gesichtspunkt wollen wir abschließend noch einen Blick auf die Autostereotype der Deutschen werfen.

7. AUTOSTEREOTYPE DER DEUTSCHEN VERSUS HETEROESTEREOTYPE ZU BOSNIERN, KROATEN UND SERBEN

TABELLE 3

Autostereotype der Deutschen und Heterostereotype zu Bosniern, Kroaten und Serben

Deutsche zu Deutschen		Deutsche zu Bosniern	Deutsche zu Kroaten	Deutsche zu Serben
pünktlich	44,45%	traditionsgebunden	gastfreundlich	traditionsgebunden
bürokratisch	34,28%	gastfreundlich	heimatliebend	heimatliebend
pflichtbewusst	29,67%	heimatliebend	freundlich	nationalstolz
ordentlich	27,56%	familienorientiert	traditionsgebunden	familienorientiert
diszipliniert	27,41%	religiös	familienorientiert	religiös
trinkfreudig	26,92%	stolz	gesellig	gastfreundlich
fleißig	26,40%	nationalstolz	großherzig	stolz
gute Organisatoren	24,01%	gesellig	nationalstolz	trinkfreudig
zuverlässig	23,86%	freundlich	stolz	gesellig
gründlich	23,23%	impulsiv	trinkfreudig	freundlich
zielstrebig	22,03%	arm	religiös	arm
sparsam	20,65%	großherzig	friedlich	konservativ
gute Wissenschaftler	19,87%	trinkfreudig	höflich	impulsiv
fortschrittlich	19,68%	Zusammengehörigkeitsgefühl	umgänglich	Zusammengehörigkeitsgefühl
gute Techniker	19,62%	höflich	natürlich	kameradschaftlich
arbeitsfreudig	19,60%	konservativ	selbstbewusst	emotional
gute Ärzte	18,86%	gute Hausfrauen	hübsche Frauen	großherzig
korrekt	17,87%	dankbar	dankbar	kinderlieb
umweltbewusst	17,87%	freiheitsliebend	Zusammengehörigkeitsgefühl	Volk von Bauern
distanziert	17,48%	emotional	humorvoll	höflich
	N = 5.355 ⁷			

Wenn man die Autostereotype der Deutschen⁸ betrachtet, fällt auf, dass fast alle Selbsteinschätzungen mit der *Arbeitswelt* und mit der *Organisation* des Le-

7 Bei den Aussagen von Deutschen zu Deutschen handelt es sich ausschließlich um Probanden ohne Migrationshintergrund.

8 Die Kommentierungen zu deutschen Autostereotypen stammen sich aus verschiedenen qualitativen Untersuchungen in Deutschland. Es ist geplant, sie in weiteren Veröffentlichungen darzustellen.

bens verknüpft sind. Die organisatorischen Fähigkeiten betreffen dabei sowohl den öffentlichen als auch den privaten Bereich: *pünktlich, pflichtbewusst, ordentlich, diszipliniert, fleißig, zuverlässig, gründlich, zielstrebig, sparsam, zielstrebig, korrekt*. Auch *umweltbewusst* ist letztlich eine Eigenschaft, die mit Organisation und Disziplin verbunden ist; man denke nur an die Mülltrennung. Und natürlich trifft diese Kategorisierung ebenfalls auf die Eigenschaft *bürokratisch* zu, auch wenn diese Eigenschaft das einzige Autostereotyp ist, das in der Selbstbewertung der Deutschen eindeutig negativ konnotiert ist. Nur zwei Autostereotype passen nicht in diese Organisationskategorie: das sind die Eigenschaften *distanziert* und *trinkfreudig*. Wie wir den Kommentierungen in dem sehr umfangreichen Korpus der deutschen Autostereotype (5.355 Befragungen) entnehmen können, wird die Selbstzuschreibung *distanziert* teils neutral bis positiv gesehen (indem die Deutschen bewusst im übertragenen und auch im proxemischen Sinn *Distanz halten*), teils wird die *Distanziertheit* von den Deutschen als emotionales Defizit betrachtet (weil sie nicht so leicht auf andere Menschen zugehen und Kontakte knüpfen können). Bei den von uns bereits in größerem Umfang erhobenen Heterostereotypen der Russen und Türken gegenüber Deutschen wird die *Distanziertheit* der Deutschen dagegen ausschließlich als negative Eigenschaft gesehen. Wir nehmen an, dass dies wahrscheinlich auch aus der Sicht von Bosniern, Kroaten und Serben so sein wird, da bei ihnen nonverbales Verhalten, das *emotionale und soziale Nähe* ausdrückt, ebenfalls stärker ausgeprägt ist als bei den Deutschen. Diese Hypothese werden wir durch die von uns teils begonnenen und teils geplanten Erhebungen in Bosnien, Kroatien und Serbien weiter überprüfen können.

Einzig und allein die Eigenschaft *trinkfreudig* findet sich nicht nur als Autostereotyp bei den Deutschen und sondern auch als heterostereotypische Zuschreibung für alle drei südslawischen Ethnien. Wie oben bereits gesagt wurde, kann die konnotative Bedeutung von *trinkfreudig* sowohl einen positiven, auf *geselliges Zusammensein* gerichteten Aspekt, als auch einen euphemistischen Ausdruck für *Alkoholiker* beinhalten. Wie stark die eine oder die andere Konnotation in einer Gesellschaft ausgeprägt ist, kann nur durch die Analyse der Kommentierungen und durch Berücksichtigung von Faktoren wie Alter, Geschlecht und Bildung aufgedeckt werden.

Quantitative und qualitative Verfahren müssen sich in der Stereotypenforschung ergänzen, wenn wir zu den Bedeutungen der Begriffe vordringen wollen.

LITERATUR

- ASHMORE, Richard D. / DEL BOCA, Frances K. (1981): Conceptual Approaches to Stereotypes and Stereotyping. In: David L. Hamilton (Hrsg.): *Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum: 1-35.
- BAUR, Rupprecht S. / OSSENBERG, Stefan (2016): Zur Verbindung von Stereotypen und Komik am Beispiel deutsch-russischer Witze. In: Leonty, Halyna (Hrsg.): *(Un)Komische Wirklichkeiten. Komik und Satire in (Post-) Migrations- und Kulturkontexten. Buchreihe „Erlebniswelten“*. Wiesbaden: Springer VS, 329-342.
- BAUR, Rupprecht S. / OSSENBERG, Stefan / CHURBANOVA, Natalia (2017): Deutsche und russische Stereotype im Vergleich In: Kai Witzlack-Makarevich/Nadja Wulff (Hrsg.): *Handbuch des Russischen in Deutschland: Migration – Mehrsprachigkeit – Spracherwerb*. Berlin: Frank & Timme, 61-79.
- BAUR, Rupprecht S. / OSSENBERG, Stefan / SMAILAGIC, Vedad (2018): Bosnische und deutsche ethnische Stereotype im Vergleich. *ACTA FACULTATIS PHILOSOPHICAE UNIVERSITATIS OSTRAVIENSIS. Studia Germanistica* 22: 17-33.
- 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/Hasselhuber, Jakob/Schneider-Wiejowski, Karina (Hrsg.): *Vielfalt, Variation und Stellung der deutschen Sprache*. Berlin/New York: de Gruyter, 549– 562.
- DIEKMANN, Andreas (2012): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 6. Aufl., [23. Aufl. Der Gesamtausg.] Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- ECKES, Thomas (2008): Messung von Stereotypen. In: Petersen, Lars-Eric/Six, Bernd (Hrsg.): *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung: Theorien, Befunde und Interventionen* (1. Aufl. ed.). Weinheim [u.a.]: Beltz PVU, 97-110.
- FONTANA, Allen F., & HARTSOUGH, W. Ross (1970): Persistence of ethnic stereotypes and the relative importance of positive and negative stereotyping for association preferences. *Psychological reports*, 27 3: 723-31.
- GANTER, Stephan (1997): *Stereotype und Vorurteile: Konzeptualisierung. Operationalisierung und Messung*. Mannheimer Zentrum für europäische

- Sozialforschung.
- GARDNER, Robert. C. (1994): Stereotypes as Consensual Beliefs. In: Mark P. Zanna und James M. Olson (Hrsg.): *The Psychology of Prejudice*. Hillsdale NJ: L. Erlbaum Associates, 1-31.
- GILBERT, Gustave M. (1951): Stereotype persistence and change among college students. *The Journal of Abnormal and Social Psychology* 46(2): 245–254.
- KATZ, Daniel / BRALY, Kenneth (1933): Stereotypes of one Hundred College Students. In: *Journal of Abnormal and Social Psychology* 28: 280–290.
- LIMESURVEY GmbH. / LimeSurvey (2017): *An Open Source survey tool*. LimeSurvey GmbH, Hamburg, Germany.
- LIPPMANN, Walter (1989): *Die öffentliche Meinung*. Übersetzung von „Public Opinion“ (1922). Bochum: Brockmeyer.
- MADON, Stephanie / GUYLL, Max / ABOUFADEL, Kathy / MONTIEL, Eulices / SMITH, Alison / PALUMBO, Polly / JUSSIM, Lee (2001): Ethnic and National Stereotypes: The Princeton Trilogy Revisited and Revised. In: *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27. Jg., H. 8: 996-1010.
- OSSENBERG, Stefan (2019): *Deutsche und türkische Stereotype: Ein inter- und intrakultureller Vergleich*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- OSSENBERG, Stefan / BAUR, Rupprecht S. (2016). Wie kommen wir an die Bilder in unseren Köpfen? Zur Methodologie einer interkulturell anwendbaren Stereotypenerhebung. *Linguistik online*, 79(5): 9-24.
- STAPF, Kurt H., STROEBE, Wolfgang, & Jonas, Klaus (1986): *Amerikaner über Deutschland und die Deutschen: Urteile und Vorurteile*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- STROEBE, Wolfgang (1985): *Stereotyp, Vorurteil und Diskriminierung*. Tübingen: Psychologisches Institut der Universität Tübingen.
- THIELE, Martina (2015): *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes*. Bielefeld: Transcript.

Anhang A: Deutsche Merkmalliste (Baur/Ossenberg 2016)

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	
maßlosmaßlos bürokratisch	gastfreundlich	friedliebend	

