

UNIVERSITEIT UTRECHT

Faculteit Geesteswetenschappen
Duitse taal en cultuur

MASTERARBEIT

Das Image der deutschen Sprache im
weiterführenden Unterricht
in den Niederlanden

Vorgelegt am 27.08.2014 von:

Angelique Saris

Studentnr. 3081540

Master Duitse taal en cultuur, Interculturele communicatie

Overschiese Dorpsstraat 26

3043 CS Rotterdam

Nederland

angeliquesaris@gmail.com

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Einleitung.....	5
Kapitel 1. Forschungsstand und Fakten zur deutschen Sprache in den Niederlanden	6
1.1. Die Sprachenpolitik der Europäischen Kommission.....	6
1.2 Die heutige Situation der deutschen Sprache.....	8
1.2.1 Die Bildungsreform.....	8
1.2.2 Niveaurückgang des Faches Deutsch	10
1.2.3 Schlechte Schulleistungen, vor allem im Fach Deutsch	11
1.2.4 Das Fach Deutsch an den Hochschulen und Universitäten	11
1.2.5 Die Regierung über die deutsche Sprache	12
1.2.6 Empfehlungen des Bildungsrates	13
1.3 Die Bedeutung der deutschen Sprache für die Niederlande.....	14
1.4 Untersuchungen über die Bedeutung der deutschen Sprache	16
1.4.1 Untersuchung 'Blik op Duitsland' (2004).....	16
1.4.2 Die ELAN-Studie (2006)	17
1.4.3 Die Studie von Fenedex (2007).....	17
1.4.4 Untersuchung der Deutsch-Niederländischen Handelskammer (2009)	18
1.4.5 Untersuchung der Radboud Universität Nijmegen (2006).....	19
1.5 Problemstellung	19
1.6 Untersuchungsplan	20
1.7 Methodologie der Imagologie.....	21
Kapitel 2 – Das Deutschlandbild in den Niederlanden	22
2.1 Theoretischer Teil der Imagologie.....	22
2.1.1 Die Wahrnehmung des Anderen.....	22
2.1.2 Die Geschichte der Imagologie.....	23
2.1.3 Die Imagologie.....	25
2.1.4 Stereotype und Vorurteile.....	26
2.1.5 Das Problem der Messbarkeit von Images.....	28
2.1.6 Die Analyse textueller Repräsentationen.....	30
2.1.7 Erklärungen und Funktionen von nationalen Stereotypen und Vorurteilen	32
2.2 Das Deutschlandbild in den Niederlanden.....	35
2.2.1. Die Beziehungen seit dem Zweiten Weltkrieg	35
2.2.2 Die Fußballvergangenheit	38
2.2.3 Politische und wirtschaftliche Beziehungen.....	40

2.2.4	Tourismus	41
2.2.5	„Made in Germany“	42
2.2.6	Positive Ereignisse in Deutschland	43
2.3	Erläuterung zum Deutschlandbild in den Niederlanden	44
2.3.1	Historischer Rahmen	44
2.3.2	Die Gangbarkeit der kollektiven Meinungsbildung	45
2.3.3	Die Berichterstattung	45
2.3.4	Die geopolitische Distanz	46
2.3.5	Politisches, wirtschaftliches und kulturelles Interesse	47
2.4	Das Image der deutschen Sprache in den Niederlanden	48
2.4.1	Die Clingendael-Studien (1993, 1995 und 1997)	48
2.4.2	Die Untersuchung der Stiftung „Platform Duits“ (2004)	49
2.4.3	Die Untersuchung vom Duitsland Instituut Amsterdam (2010)	51
2.4.4	Schlussfolgerung	53
2.5	Mögliche Gründe für das Deutschlandbild niederländischer Jugendliche	55
3.	Das Image der deutschen Sprache nach Ansicht deutscher Organisationen in den Niederlanden ..	58
3.1	Methodologische Überlegungen	58
3.1.1	Das teilstandardisierte Interview	58
3.1.2	Das Forschungsfeld	59
3.1.3	Die Interviewsituation	60
3.1.4	Qualitätskriterien	61
3.2	Analyse der Interviews mit deutschen Organisationen	63
3.2.1	Vorstellung der Organisationen	63
3.2.1.1	Das „Duitsland Instituut Amsterdam“ – Charlotte Broersma	63
3.2.1.2	Das Goethe Institut – Rainer Manke	64
3.2.1.3	Die Arbeitsgruppe „Deutsch macht Spaß“ – Kees van Eunen	64
3.2.1.4	Der Deutschlehrerverband „Levende Talen“ - Erwin de Vries	64
3.2.2	Das niederländische Deutschlandbild	65
3.2.3	Mögliche Gründe für die Einstellung niederländischer Jugendlicher zum Schulfach Deutsch	68
3.2.4	Die Aktivitäten der Organisationen	71
3.2.4.1	Das „Duitsland Instituut Amsterdam“ – Charlotte Broersma	71
3.2.4.2	Das Goethe Institut – Rainer Manke	74
3.2.4.3	Die Arbeitsgruppe „Deutsch macht Spaß“ – Kees van Eunen	78
3.2.4.4	Der Deutschlehrerverband „Levende Talen Duits“ - Erwin de Vries	80
3.2.5	Wunschbilder der Organisationen	82

3.2.5.1 Das „Duitsland Instituut”	82
3.2.5.2 Das Goethe Institut.....	83
3.2.5.3 „Deutsch macht Spaß“	84
3.2.5.4 Verein „Levende Talen Duits”	84
3.2.6 Schlussfolgerung.....	85
4. Schlussfolgerung.....	88
Literaturverzeichnis.....	94
Anhang 1 – Interviewfragen Nederlands	102
Anhang 2 – Interviewfragen Deutsch.....	103
Anhang 3 – Audioaufnahmen der Interviews.....	104

Einleitung

Schwerpunkt meiner Masterarbeit ist die Einstellung niederländischer Schüler gegenüber Deutschland, Deutsche und das Fach Deutsch. Weil seit der besorgniserregenden Clingendael-Studie von 1993 schon viel über dieses Thema berichtet wurde und ich nicht in Wiederholungen verfallen möchte, lege ich den Fokus meiner Masterarbeit auf die Interviews mit Sachverständigen in Bezug auf die deutsche Sprache in den Niederlanden. Zuerst wird anhand des aktuellen Forschungsstandes, der Fakten und Hintergrundinformationen ein möglichst deutliches Bild der Situation der deutschen Sprache in den Niederlanden gegeben. Wegen der Aktualität des Untersuchungsgegenstandes wird zuerst der Sprachenpolitik der Europäischen Union und der Niederländischen Regierung Aufmerksamkeit gewidmet. Darauf folgt eine Auflistung der bisherigen Untersuchungen zum Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen. Die Untersuchungen sollen in ihrem Zusammenhang betrachtet werden, weil sie die Entwicklung dieses Bildes im Laufe der Jahre aufzeigen. Ist das Bild ziemlich stabil geblieben oder hat es sich geändert? Und welche Faktoren haben eine Rolle gespielt, falls es sich geändert hat? Die Antworten auf diese Fragen geben Auskunft über die Entwicklung des Deutschlandbildes von niederländischen Jugendlichen und ihre möglichen Ursachen. Ich möchte anhand meiner Untersuchung, die in der Durchführung und Auswertung von Interviews mit Sachverständigen der deutschen Sprache in den Niederlanden besteht, an die bisherigen Untersuchungen anknüpfen und den Untersuchungsgegenstand aus einer anderen Perspektive betrachten. Die Sachverständigen bemühen sich um die Vermittlung eines umfassenden Deutschlandbildes und sind eine wichtige Stimme auf dem Gebiet der deutschen Sprache in den Niederlanden. Auf diese Weise möchte ich der Frage nachgehen, ob das Bild der deutschen Institute mit dem Bild der niederländischen Jugendlichen übereinstimmt.

Kapitel 1. Forschungsstand und Fakten zur deutschen Sprache in den Niederlanden

1.1. Die Sprachenpolitik der Europäischen Kommission

Die Europäische Kommission ist ein wichtiges Organ in Bezug auf die Mehrsprachigkeit in Europa. Die Sprachenvielfalt ist eines der charakteristischen Merkmale der Europäischen Union (Europäische Kommission, 2003: 13). In der Europäischen Union leben 500 Millionen Menschen mit unterschiedlichem ethnischen, kulturellem und sprachlichem Hintergrund, die alle das Recht haben, in der Europäischen Union zu leben und zu arbeiten (vgl. Europäische Kommission, 2008: 3). Die Europäische Integration erfordert immer mehr Fremdsprachenkenntnisse, weil Sprachen für die internationale Kommunikation, die gegenseitige Annäherung und das gegenseitige Verständnis der unterschiedlichen Kulturen unabdingbar sind. Durch den Beitritt von 12 neuen Mitgliedsländern in den Jahren 2004 und 2007 hat sich die Zahl der Amtssprachen mit einem Anstieg von 11 auf 23 mehr als verdoppelt (ibid.: 4). Da viele osteuropäische Nationen unter den neuen Beitrittsländern sind, ist die Stellung der deutschen Sprache noch bedeutender geworden. Obwohl Englisch die meistgesprochene Fremdsprache (ca. 38 %) in der Europäischen Union ist, ist das Deutsche mit 90 Millionen Menschen die meistgesprochene Muttersprache (18 %) (ibid.: 5). Die Europäische Kommission betont, dass das Erlernen einer einzigen Lingua franca (Englisch) also bei Weitem nicht ausreicht. Sie ist der Meinung, dass die Fähigkeit Fremdsprachen zu sprechen eine Grundkompetenz für alle europäischen Bürger sein soll und setzt sich deswegen für die Förderung des Sprachenlernens in der Europäischen Union ein (vgl. Europäische Kommission, 2003: 4). Die Initiative der Europäischen Union und des Europarats 2001, ein Europäisches Jahr der Sprachen zu organisieren war ein großer Erfolg, woran sich 45 europäische Länder beteiligt haben und wodurch Sprachen und Sprachenlernen in der Europäischen Union einen höheren Stellenwert bekommen haben.¹ Seitdem findet alljährlich am 26. September ein Tag der Sprachen statt. An diesem Tag wird die Sprachenvielfalt als eine der Stärken Europas gefeiert und werden die Menschen zum lebenslangen Sprachenlernen innerhalb und außerhalb der Schulen ermutigt.² Die Europäische Kommission stimuliert die Mehrsprachigkeit also ausgehend von dem Gedanken, dass Sprachen dem

¹ http://ec.europa.eu/education/languages/archive/awareness/year2001_de.html

² http://ec.europa.eu/education/languages/archive/awareness/day_de.html

besseren Kennenlernen der eigenen Kultur sowie anderer Kulturen und dem gegenseitigen Verständnis dienen. Während des Rates der Bildungsminister in Barcelona 2002 wurde die Notwendigkeit zur Förderung des Fremdsprachenerwerbs erkannt und wurden weitere Maßnahmen zur Verbesserung der Fremdsprachenkenntnisse gefordert, insbesondere durch Fremdsprachenunterricht in mindestens zwei Sprachen vom jüngsten Kindesalter an. Der Rat hat sich damit ein ehrgeiziges Ziel gesetzt, weil er erreichen möchte, dass die EU-Bürger sich in mindestens zwei Sprachen neben der Muttersprache gut verständigen können (Europäische Kommission, 2003: 4). Das lebenslange Sprachenlernen innerhalb und außerhalb der Schule ist das zentrale Ziel der Europäischen Kommission, sodass allen Bürgern die Vorteile des Fremdsprachenerwerbs zugutekommen sollen. Sie sieht Sprachenlernen als eine lebenslange Tätigkeit, weil Fremdsprachenkenntnisse zu den Kernkompetenzen gehören, die jeder Bürger für Ausbildung, Beschäftigung, kulturellen Austausch und persönliche Entfaltung benötigt (ibid.: 8). Durch das Erlernen von Sprachen werden die Aufstiegsmöglichkeiten der Menschen und ihre Mobilität gefördert. Das Sprachenlernen soll deswegen in allen Bildungsstufen der Mitgliedstaaten möglich sein. Die Europäische Kommission betont, dass es für die Mitgliedstaaten vorrangig ist, schon im frühen Kindesalter mit dem Fremdsprachenunterricht zu beginnen, weil die Kinder sich dadurch ihrer eigenen kulturellen Werte und Einflüsse bewusst werden und andere Kulturen zu schätzen lernen. So sollen bereits im Kindergarten die entscheidenden Einstellungen gegenüber anderen Sprachen und Kulturen ausgebildet und die Fundamente für den späteren Fremdsprachenerwerb gelegt werden (ibid.: 8). Die primäre Zuständigkeit für die Bildungspolitik liegt bei den Regierungen der Mitgliedstaaten (Europäische Kommission, 2008: 10). Sie haben die Verbesserung der Sprachkenntnisse als Priorität ermittelt und haben gemeinsame Ziele vereinbart, auf die sie hinarbeiten (ibid.: 5). Als konkrete Maßnahme der Europäischen Kommission, dieses Streben zu verwirklichen, wurde 2003 ein Arbeitsprogramm (Aktionsplan) erstellt, mit dem die Mitgliedstaaten vereinbaren, gemeinsam die zentralen Aspekte der Sprachenpolitik und -praxis weiterzuentwickeln, um Fremdsprachenerwerb und sprachliche Vielfalt zu fördern. Es ist die eigene Verantwortung der lokalen und regionalen Behörden, ein sprachenfreundliches Umfeld zu schaffen und der Verpflichtung mit eigenen Investitionen nachzukommen. Die niederländische Regierung hat daraufhin 2005 das 'Nederlands activiteitenprogramma Moderne Vreemde Talen', als eine Umsetzung in Gang gesetzt (vgl. Pieper, 2007: 11). Die EU-Programme werden durch internationale Förderprogramme von der Europäischen Kommission unterstützt und ergänzt. Im Jahr 2007 wurden die wichtigsten Initiativen der Europäischen Kommission unter dem Dach des EU-Programms für lebenslanges Lernen

(2007-2013) zusammengeführt. Das Programm unterstützt die Vermittlung und den Erwerb der europäischen Sprachen anhand von vier grenzüberschreitenden Einzelprogrammen (u.a. Erasmus und Leonardo da Vinci) für den Austausch von Schülern, Studenten, Auszubildenden und Lehrern, mit dem Ziel des Fremdsprachenerwerbs (Europäische Kommission, 2008: 10).

1.2 Die heutige Situation der deutschen Sprache

1.2.1 Die Bildungsreform

Das Fach Deutsch wird in den Niederlanden an den meisten weiterführenden Schulen in der zweiten Klasse (umgerechnet in der achten Klasse in Deutschland) unterrichtet. Ende der neunziger Jahre ist eine Bildungsreform, die sogenannte 'Tweede fase' (Zweite Phase) für die Examensjahre der Havo (entspricht der deutschen Realschule/Fachoberschule) und der Vwo (das Gymnasium), in Kraft getreten.

Das neue Schulsystem ist mit dem Gedanken entstanden, die Schüler besser auf ein anschließendes Studium vorzubereiten und besteht deswegen aus den folgenden vier Profilen: Kultur & Gesellschaft, Wirtschaft & Gesellschaft, Naturwissenschaft & Gesundheit und Naturwissenschaft & Technik. Diese Erneuerung des Schulsystems sorgte für eine Verschlechterung der Situation des Fremdsprachenunterrichts. Nur in einem der vier Profile (Kultur & Gesellschaft) war neben dem Pflichtfach Englisch eine andere Fremdsprache Pflicht. Englisch hat eine prominente Rolle in den Bildungsprogrammen und wird schon in der Grundschule unterrichtet. Als Kompromiss gab es die sogenannten Teilfächer, Deutsch und Französisch, wobei nur das Hörverstehen und die Sprechfertigkeit oder nur das Leseverstehen unterrichtet wurde. Diese Fächer wurden von den Lehrern und Schülern von Anfang an stark kritisiert, weil sie wegen der niedrigen Stundenzahl und der übervollen Klassenräume für wenig wertvoll gehalten werden (vgl. Coppen, et al., 2011).

Ab August 2007 ist eine neue Bildungsreform, eine Erneuerung der sogenannten „Zweiten Phase“ in Kraft getreten, wobei die Möglichkeit der Einteilung des eigenen Profils im Mittelpunkt steht. Es gab somit auch neue Entwicklungen für die Fremdsprachen. Die Teilfächer Deutsch und Französisch sind abgeschafft worden und werden nur noch als vollwertige Fächer angeboten. In dem neuen Unterrichtssystem ist nur Englisch für alle Schüler ein Pflichtfach. Die Fremdsprachen umfassen einen wesentlich kleineren Anteil. Bei der Wahl einer Fremdsprache geht es um die modernen Fremdsprachen wie Deutsch und

Französisch oder auch andere moderne Sprachen wie Spanisch, Italienisch und Türkisch, abhängig vom Angebot der Schule.

Im Havo ist nur im Profil Kultur & Gesellschaft eine zweite Fremdsprache, also neben Englisch, Pflichtfach und kann als Profilmfach eine dritte Fremdsprache gewählt werden.

In den anderen Profilen gibt es also keine zweite Fremdsprache als Pflichtfach. Nur im Profil Wirtschaft & Gesellschaft, gibt es die Möglichkeit eine zweite Fremdsprache als Profilmfach zu wählen (vgl. Meijer & Fasoglio, 2007: 9).

Im Vwo ist die Zahl der modernen Fremdsprachen in den Profilen abhängig von der Bildungsart. In den Niederlanden gibt es in der vor-universitären Bildung nämlich einen Unterschied zwischen Gymnasium und Atheneum. Im Gymnasium wird die Fremdsprachenstelle neben Englisch automatisch mit der lateinischen oder griechischen Sprache ausgefüllt. Im Atheneum gibt es neben Englisch verpflichtend eine zweite Fremdsprache für alle Profile.

Auch im Vwo kann in den Profilen Kultur & Gesellschaft und Wirtschaft & Gesellschaft eine Fremdsprache (modern oder klassisch) als Profilmfach gewählt werden.

Zusätzlich zum Examenprogramm gibt es noch einen ‚freien Raum‘. Dieser Raum gehört zum Examenprogramm, und sowohl im Havo als auch im Vwo gibt es hier die Möglichkeit eine Fremdsprache zu wählen (vgl. Meijer & Fasoglio, 2007: 10). Außerdem gibt es für die Schüler im Vwo die Möglichkeit eine Freistellung, in Bezug auf die zweite Fremdsprache, zu wählen (vgl. Pieper, 2007: 11). Die Deutsch-Niederländische Handelskammer hat Kritik an der Stellung der zweiten Fremdsprache im neuen Bildungssystem geübt und befürwortet ‚ein verpflichtendes, umfassendes Unterrichtsangebot für zwei Fremdsprachen auch in den anderen Profilen. In ihrer Untersuchung (2009) hat sich nämlich herausgestellt, dass gerade in Unternehmen, in denen viel Deutsch gesprochen wird, Ausbildungen mit den Profilen Wirtschaft bzw. Natur & Technik viel gefragt sind (vgl. DNHK, 2009: 17).

Zahl der Examenskandidaten im Fach Deutsch Havo/Vwo in den Niederlanden

Jahr	Havo		Vwo	
	Gesamtzahl	Deutsch	Gesamtzahl	Deutsch
2010	58.027	18.915		
2009	53.650	18.526 (34,5%)	40.550	8.991 (22%)
2008	52.000	14.069 (27%)	38.000	8.502 (22%)
2007	49.000	13.289 (27%)	35.000	8.241 (23,5%)
2006	49.000	12.923 (26%)	35.000	7.838 (22,4%)
2005	45.000	11.947 (26,5%)	32.000	7.456 (23%)
2004	45.000	11.588 (25,7%)	32.000	6.911 (21,6%)
2003	42.000	10.732 (25,5%)	30.000	6.952 (23%)

(Quelle: Cito Examensberichte³)

Wie in der Tabelle zu sehen ist, hat die Zahl der Examenskandidaten im Fach Deutsch in den letzten Jahren leicht zugenommen. Wenn wir den prozentualen Anteil der Kandidaten im Fach Deutsch im Vergleich zur Gesamtzahl betrachten, ist die Zahl relativ stabil geblieben. Nur im Havo gibt es 2009 im Vergleich zum Vorjahr eine größere Steigerung.

Leider sagen die allgemeinen Zahlen nicht so viel über die Schülerzahl der verschiedenen Profile aus. Im Havo ist eine zweite Fremdsprache nur im Profil Kultur & Gesellschaft Pflicht, und dann wäre es interessant zu wissen, ob es gerade im Jahr 2009 viele Schüler in diesem Profil gab oder ob das Fach Deutsch häufig als Wahlfach gewählt wurde. Auch sagen die Zahlen nichts über das Niveau der Fächer aus.

1.2.2 Niveaurückgang des Faches Deutsch

Aus einer Untersuchung vom Cito (Institut zur Entwicklung und Abnahme von Prüfungen) ist herausgekommen, dass in den letzten Jahren ein Niveaurückgang des Faches Deutsch bemerkbar ist. Das Institut untersuchte das Niveau des Lese- und Hörverstehens in den Fremdsprachen Französisch, Deutsch und Englisch in den letzten elf Jahren und entdeckte, dass nicht nur das Niveau der Prüfungen im Laufe der Jahre niedriger geworden ist, sondern

³ http://www.cito.nl/examenkandidaten/centrale_examens/examenverslagen.aspx

auch die Anforderungen an die Prüfungen. Weil die Zahl der durchgefallenen Schüler im Laufe der Zeit nahezu gleich geblieben ist, schien es als ob sich nichts verändert hätte (van Til, 2007: 5-9).

1.2.3 Schlechte Schulleistungen, vor allem im Fach Deutsch

Auch die Ergebnisse einer Untersuchung der Tageszeitung 'Trouw', sind beunruhigend für das Fach Deutsch. Laut der jährlichen Untersuchung zu den Schulleistungen im weiterführenden Unterricht bemühen Schüler sich immer weniger darum, gute Noten zu erbringen. Es soll einen Trend geben, nach dem die Schüler bis auf die Zahl nach dem Komma genau berechnen, welche Note sie brauchen, um es in die nächste Klasse zu schaffen. Als möglicher Grund für den Trend wird das wachsende Desinteresse am Fach Deutsch genannt. Die Deutsch-Niederländische Handelskammer findet das Ergebnis besorgniserregend, weil dieses Phänomen vor allem beim Fach Deutsch der Fall ist. Laut des Direktors der Deutsch-Niederländischen Handelskammer wird der Mangel an Interesse im Laufe der Zeit für die niederländische Wirtschaft schädlich sein (DNHK, 2010). Überhaupt sind die Ergebnisse beider Untersuchungen im Rahmen der internationalen Entwicklungen beunruhigend.

1.2.4 Das Fach Deutsch an den Hochschulen und Universitäten

An den Hochschulen und Universitäten befindet sich das Deutschstudium in einem bedenklichen Zustand. Zeitungsberichte von den letzten zwei Jahren mit Schlagzeilen wie *'Deutsch stirbt aus in den Hörsälen'*, *'Könnte der letzte Deutschlehrer das Licht ausschalten?'* und *'Deutschstudium weniger beliebt'* deuten schon auf den Ernst des Problems. Landesweit ist in den letzten Jahren an den Universitäten eine gleichbleibend niedrige Zahl von zirka 70 Anmeldungen für das Studium 'Deutsche Sprache und Kultur' zu bemerken, und es gibt auch immer weniger Studenten von anderen Studienrichtungen, die ein Nebenfach wählen, das mit der deutschen Sprache zu tun hat (Pepping, 2011). Es gab 2010 an der 'VU Amsterdam' nur eine Anmeldung, die damit zur Aufhebung des Studiums führte. Nur an der Universität Utrecht ist mit 20 Anmeldungen in 2010 eine leichte Zunahme der Studenten sichtbar (Van der Will, 2010). Bildungskoordinatorin Miralda Meulman von der Reichsuniversität Groningen findet diese Anzahl noch immer niedrig, weil sie der Meinung ist, dass es mit dem Studium eine Arbeitsplatz-Garantie gibt (Van der Will, 2010). Von den neu eingeschriebenen Erstsemestern schließt nicht jeder das Studium ab, und von der geringen

Zahl der Absolvierten entscheiden sich nicht alle dafür Deutschlehrer zu werden. Weil Deutsch an allen 700 weiterführenden Schulen in den Niederlanden unterrichtet wird, bleibt eine Nachfrage an Deutschlehrern bestehen (Van der Bergh, 2009). Gerade weil in den kommenden Jahren viele kompetente Deutschlehrer in Rente gehen werden, gibt es also eine Diskrepanz zwischen der Nachfrage von Deutschlehrern und dem Zustrom der Erstsemester.

1.2.5 Die Regierung über die deutsche Sprache

Das Ministerium für Unterricht, kulturelle Angelegenheiten und Wissenschaft in den Niederlanden hält die Bedeutung der Fremdsprachkenntnisse für die Internationalisierung für unentbehrlich und möchte auf Grund wirtschaftlicher, geografischer und kultureller Faktoren, neben dem Englischen, die Aufmerksamkeit auf die Nachbarsprachen Deutsch und Französisch verstärken (Wijnhoven & Molenaar, 2006).

Das Ministerium betont in seinem ‚Aktivitätenprogramm der modernen Fremdsprachen‘ (Wijnhoven & Molenaar, 2006) die Wichtigkeit vom Gebrauch des Europäischen Referenzrahmens und des Sprachenportfolios und unterstützt den weiteren Gebrauch dieser Instrumente an den weiterführenden Schulen. Seit 2006 sind die Havo- und Vwo-Abschlüsse an den Gemeinsamen europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER) gekoppelt. Dieser Referenzrahmen ist ein Instrument zur Messung des Kompetenzniveaus und macht deswegen einen internationalen Vergleich der Prüfungsergebnisse möglich (vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften, 2007: 4).

Das europäische Sprachenportfolio ist ein ergänzendes Instrument des europäischen Referenzrahmens, in dem die Schüler ihre Fortschritte in Bezug auf ihre Fremdsprachenkenntnisse eintragen können. Durch den Gebrauch des europäischen Sprachenportfolios gibt es einen besseren Einblick in den individuellen Lernweg der Schüler (vgl. Wijnhoven & Molenaar, 2006: 12).

Ansonsten hat das Ministerium großes Interesse an internationalen Austauschprogrammen und Projekten, die die Nachbarsprachen Deutsch und Französisch fördern. Sowie z.B. das LinQ-Projekt, das in manchen Schulen in Kraft getreten ist, mit dem es die Möglichkeit für Schüler gibt, ein externes Examen für Deutsch (Goethe Institut) oder Französisch (Delf Scolaire) zu machen. Das dritte Deutschlandprogramm (mit dem Ziel größeres Interesse für das Fach Deutsch zu wecken), die Professionalisierung von Dozenten und 50 ‚Native speaker‘, die jährlich als Sprachassistenten auf Schulen eingesetzt werden, sind Beispiele von laufenden Projekten, die u.a. einen Beitrag zur Verbesserung der Position des Faches Deutsch liefern sollen (vgl. Wijnhoven & Molenaar, 2006: 13).

1.2.6 Empfehlungen des Bildungsrates

In einem Empfehlungsgutachten des Bildungsrates (Onderwijsraad, 2008), eines unabhängig beratenden Gremiums, das auf dem Gebiet des Bildungssystems Empfehlungen an die niederländische Regierung macht⁴, wird das gesellschaftliche Interesse an Fremdsprachen hervorgehoben. Der Rat ist der Meinung, dass bei der Erstellung des Bildungsprogramms für die Niederlande das gesellschaftliche Interesse der Fremdsprachenbeherrschung mehr in den Blick genommen werden soll (ibid.: 64).

So sollen die wirtschaftlichen und sozio-kulturellen Interessen in Augenschein genommen werden. Das wirtschaftliche Interesse besteht darin, dass Niederländer in der Lage sein sollen, mit ihren wichtigsten Handelspartnern und mit Touristen zu kommunizieren (ibid.: 65). So sollen die englische und deutsche Sprache auf der Prioritätenliste von Arbeitgebern wie Wirtschaftsunternehmen, Universitäten und der Regierung ganz oben stehen (ibid.: 20). Bei den sozio-kulturellen Interessen deutet der Rat auf Menschen, denen Fremdsprachen im Beruf zugutekommen (z.B. in Grenzgebieten) (ibid.: 64). Überhaupt stellt die Fremdsprachenbeherrschung im Licht der zunehmenden Internationalisierung einen wichtigen wirtschaftlichen Vorteil dar (ibid.:17). Die geographische Lage der Niederlande und die große Abhängigkeit der Handelsbeziehungen bestätigen das nur.

Niederländer sollen laut den Empfehlungen des Rats ihre Fremdsprachen besser beherrschen. Es wird die Priorität einer größeren Aufmerksamkeit gegenüber den Nachbarsprachen, vor allem der deutschen Sprache, im Unterricht betont. Auch soll für genügend ausgebildete Sprachlehrer Sorge getragen werden. Der Rat empfiehlt deswegen, das gesellschaftliche Interesse bei der Entscheidung des Fremdsprachenangebots im Bildungsprogramm verstärkt in den Blick zu nehmen (ibid.: 64). Auch macht er die Regierung darauf aufmerksam, dass das niederländische Bildungssystem noch weit von der europäischen Ambition des frühzeitigen Erwerbs von zwei Fremdsprachen im Kindesalter entfernt ist (ibid.: 8). Er betont die Notwendigkeit des frühen Fremdspracherwerbs in der Grundschule, weil Kinder in diesem Alter schon motiviert und imstande sind, eine Fremdsprache zu lernen (ibid.: 8). Der Rat hält es für positiv, dass mit dem niederländischen Aktivitätenprogramm die Aufmerksamkeit auf die Bildungspolitik gerichtet wird, nennt es aber erst den Beginn eines langen Weges (ibid.: 34).

⁴ www.onderwijsraad.nl/

1.3 Die Bedeutung der deutschen Sprache für die Niederlande

Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und den Niederlanden sind sehr intensiv. Wie die Zahlen schon seit Jahren belegen, ist Deutschland der mit Abstand wichtigste Handelspartner der Niederlande. Dies findet auch seinen Niederschlag im deutsch-niederländischen Handelsvolumen, das sich 2010, laut dem Statistischen Bundesamt, auf insgesamt 130 Milliarden Euro belief. Mit einer Einfuhr von 68,8 Milliarden Euro ist Deutschland das wichtigste Exportland der Niederlande. Belgien folgt an zweiter Stelle (41 Milliarden Euro), und danach kommt Frankreich (32,3 Milliarden Euro) (Christina Fehrholz, 2011: S.7). Auch ist Deutschland das mit Abstand größte Importland der Niederlande. Mit einer Ausfuhr von 63,2 Milliarden Euro lässt Deutschland die darauf folgenden Länder Belgien (31,8 Milliarden Euro) und die USA (30,9 Milliarden Euro) weit hinter sich. Umgekehrt sind die Niederlande auch ein wichtiger Handelspartner von Deutschland. Sie sind 2010 in den Top 3 der Aus- und Einfuhrlisten. Die Niederlande sind mit ihrem Exportvolumen, nach China, der zweitgrößte Importpartner Deutschlands und stehen mit ihrem Importvolumen an dritter Stelle der deutschen Exportliste (ibid.: 7).

Laut den Ergebnissen der jährlichen Untersuchung „Trends in Export“⁵ der Exportorganisation Fenedex und des Kreditversicherers Atradius, zwei niederländischen Exporteuren, bleibt Deutschland das wichtigste Ausfuhrland (vgl. Fenedex, 2011: 22). Auch erwarten 69 Prozent der Unternehmen, dass die Ausfuhr nach Deutschland die größte Umsatzsteigerung erleben wird (ibid.: 24).

Dazu kommt, dass die deutsche Wirtschaft ganz gut aus der Krise gekommen ist und ein überraschend positives Wachstum erlebt. Sie wuchs im ersten Quartal 2011 mit 1,5 Prozent, fast viermal so schnell wie am Jahresende von 2010 (0,4 Prozent), obwohl die Bundesregierung nur mit einer Verdoppelung gerechnet hatte. Sie hat sogar, laut dem Statistischen Bundesamt, das Vorkrisenniveau von Anfang 2008 wieder überschritten (vgl. Berliner Morgenpost 2011).

Die wirtschaftlichen Entwicklungen in Deutschland haben dementsprechend einen positiven Einfluss auf die Niederlande. Der Vorsitzende des Arbeitgeberverbands VNO-NCW, Bernard Wientjes, warnt niederländische Unternehmen deswegen davor, sich in Geschäftsbeziehungen mit den immer stärker aufkommenden BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China) zu verrennen. Sie sind zwar wichtig für die niederländische Wirtschaft, aber die Wirtschaftsbeziehungen mit Deutschland bleiben auch in den kommenden Jahren viel

⁵ http://www.fenedex.nl/images/pdfs/trends_in_export_2011.pdf

wichtiger. Die niederländischen Ausfuhrzahlen nach Deutschland sind viele Male höher als die Ausfuhrzahlen in die BRIC-Staaten zusammen, und das gilt auch für das Ausfuhrwachstum der vergangenen Jahre (Wientjes, 2011). Auch Minister Verhagen schlug während des Deutsch-Niederländischen Unternehmerforums der Deutsch-niederländischen Handelskammer in Berlin im April 2011 kritische Töne an. Er warnte Unternehmer in seiner Rede davor, dass die guten Beziehungen zwischen Deutschland und den Niederlanden zu solch einer Selbstverständlichkeit werden, dass die Bande mit Deutschland vernachlässigt werden, obwohl die Niederlande mit acht weiteren Nachbarländern um die Aufmerksamkeit Deutschlands wetteifern. Die Zusammenarbeit der beiden Länder soll deswegen wieder in den Mittelpunkt des Interesses gerückt werden. Niederländische Unternehmen lassen vor allem im Dienstleistungssektor Chancen in Deutschland ungenutzt, obwohl auch in diesem Sektor Deutschland für die Niederlande das wichtigste Exportland ist. Verhagen hat die Vermutung, dass ein Grund dafür sein kann, dass die Niederländer immer weniger Deutsch sprechen. Gerade bei den Dienstleistungen gibt es eine viel stärkere persönliche Komponente, wobei die Kenntnisse der deutschen Sprache und Kultur eine bedeutende Rolle spielen (vgl. Gutheil, 2011b: 46).

Auch beim Staatsbesuch von Königin Beatrix in Deutschland im April 2011 stand die Pflege der Wirtschaftsbeziehungen im Mittelpunkt. Der zweite Staatsbesuch innerhalb von fast dreißig Jahren fand zu einem wichtigen Zeitpunkt statt, weil Deutschland immer mehr auf neue Märkte in Mittel- und Osteuropa fixiert ist (Haakman, 2011).

Das Unternehmensforum der Europäischen Kommission möchte mit seinem Gutachten über die Bedeutung der Mehrsprachigkeit für die europäische Wirtschaft (2007) die Regierungen darauf aufmerksam machen, wie wichtig es ist, in Fremdsprachen zu investieren (vgl. Europese Commissie, 2007: 3-5). Das Unternehmensforum ist der Meinung, dass eine *Lingua franca* in einer Union, in der viele verschiedene Sprachen gepflegt werden, nicht ausreicht und deutet auf die Wichtigkeit des gemeinsamen Ziels der Mitgliedstaaten aus 2002, dass jedes Kind in der Europäischen Union neben seiner Muttersprache mindestens „zwei weitere Fremdsprachen“ erlernen soll (ibid.: 3). Die nationalen Regierungen sind noch weit von diesem Ziel entfernt, und das Unternehmensforum hat deswegen das Anliegen an die Mitgliedstaaten, die Mehrsprachigkeit auf allen Unterrichtsniveaus aktiver zu fördern. Die Mehrsprachigkeit ist auch ein wichtiger Faktor für die europäische Integration. Sie kann die Situation von Millionen von Immigranten verbessern und damit zu ihrer Integration auf dem Arbeitsmarkt beitragen. Diese Personen können als Kulturmittler für Unternehmen von großer Bedeutung sein. Sie schaffen nämlich die Möglichkeit zum interkulturellen Dialog

(ibid.: 10).

1.4 Untersuchungen über die Bedeutung der deutschen Sprache

Die obengenannten Empfehlungen können anhand von Untersuchungen über die Bedeutung der deutschen Sprache für die niederländische Wirtschaft nur bestätigt werden.

1.4.1 Untersuchung 'Blik op Duitsland' (2004)

Im Rahmen des „Duitslandprogramma Hoger Onderwijs 2002-2006“ vom Ministerium für Unterricht, kulturelle Angelegenheiten und Wissenschaft, ist von September 2003 bis März 2004 eine Untersuchung zur Unternehmenskommunikation auf dem deutschen Markt, im Sektor gewerblicher Güterverkehr, durchgeführt worden (Wolthuis & Sanders, 2004: 1).

Die Untersuchung besteht aus drei Teilen. Im ersten ist in zehn niederländischen Transporteuren das Sprach- und Kulturniveau ihrer Kommunikationsmittel (u.a. die Geschäftskorrespondenz, die Webseite, Anzeigen und Broschüren) geprüft worden, sowie auch die telefonischen Fähigkeiten in der deutschen Sprache. Im zweiten Teil sind Tiefeninterviews mit den gleichen zehn Transporteuren über ihre Beurteilung der Kommunikation mit ihren deutschen Geschäftspartnern geführt worden. Zum Schluss wurden zehn deutsche Auftraggeber nach ihrer Erfahrung mit der Kommunikation mit niederländischen Transporteuren gefragt (Wolthuis & Sanders, 2004: 2). Die Prüfung hat herausgestellt, dass die täglichen und schriftlichen Kommunikationsäußerungen problematisch sind. So soll es viele Fehler geben, wobei den deutschen Briefkonventionen nicht nachgekommen wird. Die vorgedruckten Kommunikationsmittel werden durchaus besser bewertet, weil dafür Übersetzungsbüros eingesetzt werden. In Bezug auf die telefonischen Fähigkeiten gibt es die Neigung, das Deutsche zu viel wortwörtlich aus dem Niederländischen zu übersetzen (ibid.: 2). Die Hälfte der deutschen Befragten stört sich daran, wenn geschäftliche Korrespondenz und Verträge von niederländischen Geschäftspartnern Fehler besitzen und sind deswegen der Meinung, dass es wichtig und sinnvoll wäre, wenn ihre niederländischen Geschäftspartner sich mehr um eine korrekte Kommunikation in der deutschen Sprache kümmern würden. Obwohl die Mehrzahl der niederländischen Unternehmer davon überzeugt ist, dass ihre Kommunikationsäußerungen fehlerfrei sind, ist eine beträchtliche Zahl (45 Prozent) davon überzeugt, dass bessere Kenntnisse der deutschen Sprache und Kultur zu einem höheren Absatz führen können (ibid.: 3). Auch in Bezug auf interkulturelle Aspekte gibt es viele Ärgernisse von Seiten der deutschen Befragten. So sind

50 Prozent der Meinung, dass die niederländischen Unternehmer zu wenig Ahnung von deutschen Sitten und Bräuchen haben und ist die gleiche Zahl der Meinung, dass niederländische Unternehmer zu persönlich und zu locker im sozialen Umgang (vgl. z.B. das Duzen) sind (ibid.: 1). Auch sind sie der Meinung, dass viele von ihren niederländischen Geschäftspartnern genauer sein sollten in Bezug auf die Pünktlichkeit und Auslegung eines Auftrages.

1.4.2 Die ELAN-Studie (2006)

Die ELAN-Studie vom britischen CILT (The National Centre for Languages) ist 2006 im Auftrag der Europäischen Kommission erschienen. Die Untersuchung ist unter 2000 kleinen und mittelständischen Unternehmen und 30 Multinationals in 29 Ländern durchgeführt worden. Daraus hat sich gezeigt, dass einer beträchtlichen Zahl der europäischen Mittel- und Kleinunternehmen jährlich kommerzielle Chancen entgehen, wegen eines Mangels an Fremdsprachkenntnissen und interkulturellen Kompetenzen. Es wurde gefragt, welche Fremdsprachen in den kommenden drei Jahren im Mittel- und Kleinunternehmen verbessert werden sollen. Neben der englischen Sprache (25,8 Prozent) gibt es auf dem zweiten Platz bei den Befragten einen großen Bedarf an einer Verbesserung der Deutsch-Sprachkenntnisse (17,84 Prozent) (vgl. CILT, 2006).

1.4.3 Die Studie von Fenedex (2007)

Auch eine Studie von Fenedex (eine Gesellschaft für niederländischen Export) und der Deutsch-Niederländischen Handelskammer bestätigt, dass die deutschen Sprachkenntnisse von niederländischen Unternehmen für die Kommunikation mit ihren ausländischen Geschäftspartnern nicht hinreichend sind. Im Januar 2007 haben sie eine Umfrage an ihre Mitgliedsbetriebe (1689) geschickt, wovon 350 Betriebe geantwortet haben.

Die Untersuchung hat nachgewiesen, dass die Beherrschung der deutschen Sprache eine absolute Notwendigkeit ist, um Geschäfte mit Deutschland zu machen. 92,9 Prozent der Befragten gaben an, dass die Niederländer einen höheren Umsatz in Deutschland erreichen könnten, wenn in ihren Unternehmen besser Deutsch gesprochen würde (vgl. Hauwert, 2007). 88,6 Prozent der Befragten waren der Meinung, dass die Beherrschung der deutschen Sprache notwendig ist, um den Export nach Deutschland instand zu halten, und fast 83% sagten, dass die englische Sprache nicht hinreichend ist, um in Deutschland Erfolg zu haben (Ludwig, 2007).

Fenedex macht anhand dieser Untersuchung die vorsichtige Annahme, dass dadurch

mindestens 10 Prozent des heutigen niederländischen Exportumsatzes in Deutschland als Exportpotenz liegen bleiben. Das heißt, dass die Niederlande pro Jahr mindestens 7,85 Milliarden Euro dazu verdienen könnten.⁶

Für den Erfolg im Export ist also die englische Sprache allein nicht hinreichend. Fenedex betont deswegen die Notwendigkeit, etwas gegen die Abnahme der deutschen Sprachkenntnisse zu tun, und die Deutsch-Niederländische Handelskammer plädierte für eine zweite verpflichtende Fremdsprache in den weiterführenden Schulen (Ludwig, 2007).

1.4.4 Untersuchung der Deutsch-Niederländischen Handelskammer (2009)

Auch eine Untersuchung der Deutsch-Niederländischen Handelskammer (DNHK) bestätigt die Bedeutung der deutschen Sprache für niederländische Unternehmen. Im April 2009 präsentierte sie die Ergebnisse ihrer Umfrage über die Bewertung des Standorts deutscher Unternehmen in den Niederlanden. An der Umfrage nahmen 2600 deutsche Tochterunternehmen und Mitglieder der Deutsch-Niederländischen Handelskammer teil. Das Investitionsklima wurde im Allgemeinen positiv beurteilt, aber es gab deutliche Verbesserungsvorschläge von Seiten der deutschen Unternehmen.⁷ Die Qualität des niederländischen Bildungswesens wurde am schlechtesten bewertet. Laut den Unternehmen soll das niederländische Personal die deutsche Sprache nicht gut genug beherrschen und sind die technischen Kenntnisse des Personals zu niedrig. Deswegen wurden konkrete Forderungen zur Verbesserung der Standortbedingungen in den Niederlanden ausgesprochen. Die Verbesserung des Sprachunterrichts und der technischen Ausbildungen wurde als eine von sieben Forderungen genannt.⁸ Es soll in den Schulen mehr Wert auf die deutsche Sprache gelegt werden.

Die Deutsch-Niederländische Handelskammer fordert die niederländische Regierung und die Unternehmen nachdrücklich auf, dieses Anliegen dringend in den Blick zu nehmen und plädiert für die Verpflichtung einer zweiten Fremdsprache an den niederländischen Schulen (Verburg, 2009).

⁶ Ad.nl, 'Gebrekkig Duits kost miljarden', 27-02-2007.

⁷ DNHK, Broschüre 7 Standpunkte, http://www.dnhk.org/fileadmin/ahk_niederlande/Downloads/Standpunten_DNHK2009.pdf

⁸ Ibid.

1.4.5 Untersuchung der Radboud Universität Nijmegen (2006)

Zum Schluss soll noch eine Untersuchung der Radboud Universität in Nijmegen, „Nederland Talenland?“ (Onna & Carel Jansen, 2006) mit einem beunruhigenden Ergebnis über die Fremdsprachenkenntnisse zitiert werden. Die Untersuchung zur Beherrschung der englischen, deutschen und französischen Sprache hat nämlich herausgefunden, dass Niederländer ihre Fremdsprachenkenntnisse maßlos überschätzen. An der Untersuchung nahmen 293 Mitarbeiter aus niederländischen Organisationen teil, die in der Sprache, in der sie geprüft sind, mindestens zwei Jahre Fremdsprachunterricht genossen haben (vgl. Onna & Carel Jansen, 2006: S. 12). Anhand des Prüfungssystems Dialang wurden die Schreibfertigkeiten sowie das Lese- und Hörverständnis der Teilnehmer geprüft und mit ihren eigenen Einschätzungen dieser Fertigkeiten verglichen. Es hat sich herausgestellt, dass die geprüften Niederländer ihre eigenen Sprachfertigkeiten höher eingeschätzt haben als sich aus den Ergebnissen der Sprachprüfungen ergab (vgl. Onna & Carel Jansen, 2006: S. 33).

1.5 Problemstellung

Wenn wir auf die Zahlen der Schüler achten, ist ein Rückgang, wie von vielen Seiten erwartet, bis heute zum Glück nicht der Fall. Leider ist aber, auch obwohl es gewählt wird, ein kontinuierliches Desinteresse am Fach Deutsch zu beobachten. (Deutsch wird am meisten aus praktischen Gründen gewählt (nützlich und, im Vergleich zu Französisch, einfach) und selten weil das Fach so beliebt ist.) Indirekt hat diese neutrale Einstellung zum Fach Deutsch eine Auswirkung auf die Position der Deutschstudien an den Hochschulen und Universitäten. Weil die Zahl der Deutschlehrer, die in den kommenden Jahren in Rente gehen, viel größer als die Zahl der neuen Deutschlehrer sein wird, kommt die Qualität des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht ins Gedränge.

Auch wurde in den letzten Jahren der Situation der deutschen Sprache, in Bezug auf die Wirtschaft, von vielen Seiten Aufmerksamkeit gewidmet. Verschiedene Untersuchungen haben angedeutet, dass in internationalen Unternehmen in den Niederlanden, neben dem Englischen, ein großer Bedarf an der deutschen Sprache besteht. Allein schon die Wirtschaftszahlen zeigen, wie wichtig die Handelsbeziehungen mit Deutschland für die Niederlande sind. Deutschland ist der wichtigste Handelspartner der Niederlande, und die Niederlande bilden einen wichtigen Handelspartner für Deutschland.

Die Europäische Kommission befürwortet den frühzeitigen Erwerb in mindestens zwei Fremdsprachen, weil die Fremdsprachenkenntnisse einen kulturellen Mehrwert bedeuten und

den Zugang zu anderen Kulturen öffnen. Gerade durch das Wachstum der Europäischen Union hat die deutsche Sprache einen noch wichtigeren Stellenwert bekommen und ist es von großem Nutzen, die deutsche Sprache gut zu beherrschen.

Das heutige Bildungssystem für Havo und Vwo im weiterführenden Unterricht steht, in Bezug auf die Mehrsprachigkeit in Europa, im Widerspruch zu den europäischen Vereinbarungen und zu der Forderung des Ministeriums für Unterricht, kulturelle Angelegenheiten und Wissenschaft, den Nachbarsprachen im Bildungssystem, die eine große gesellschaftliche Bedeutung haben, mehr Aufmerksamkeit zu widmen.

Die Abhängigkeit der deutschen Sprache einerseits und das Desinteresse an der deutschen Sprache andererseits bilden also einen starken Gegensatz.

1.6 Untersuchungsplan

Anhand meiner Masterarbeit möchte ich anschaulich machen, wie das Image der Deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht ist. Ich werde deswegen das Image der deutschen Sprache in den nächsten Kapiteln untersuchen und möchte zeigen, welche Faktoren einen Einfluss auf das Image der deutschen Sprache haben.

Ich beziehe mich mit meiner Untersuchung auf Schüler im weiterführenden Unterricht, weil meines Erachtens hier die Basis des Fremdsprachenerwerbs für den weiteren Verlauf ihres Lebens gelegt wird. Der Fremdsprachenerwerb im weiterführenden Unterricht hat also einen großen Einfluss auf die eigene Wahl der Fortsetzung des Fremdsprachenlernens an einer Hochschule oder Universität.

Ich werde mich in meiner Masterarbeit mit den folgenden Forschungsfragen auseinandersetzen:

- Wie ist das Image der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht?
- Welche Faktoren haben einen Einfluss auf das Image der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht?
- Wie ist das Image der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht laut verschiedenen Organisationen, die sich mit der deutschen Sprache beschäftigen?
- Welche Maßnahmen werden in den Niederlanden von verschiedenen Organisationen für eine Verbesserung des Images der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht unternommen?

1.7 Methodologie der Imagologie

Die vorliegende Arbeit stützt sich auf die Methodologie der Imagologie. Die Untersuchungsmethode basiert vornehmlich auf dem Buch "Imagology" von Manfred Beller und Joep Leerssen (2007), in dem eine neue Methode zur Erforschung von Images in literarischen Texten beschrieben wird. Das Ziel der Imagologie ist die Bewusstmachung des Ursprungs und der Entwicklung und Funktion textueller Repräsentationen von anderen Ländern, Völkern und Kulturen (Beller, 2007a: 7). Die imagologische Untersuchungsmethode von Beller und Leerssen ermöglicht es, diese Repräsentationen zu analysieren (Leerssen, 2007a: 26). Sie beschränken den Forschungsgegenstand der Imagologie aber auf literarische Texte. Nach meiner Ansicht sind gerade die nicht-literarischen Texte besonders Imago-intensiv, und ich möchte diese deswegen in meine Untersuchung mit einbeziehen. Ich werde für die Untersuchung zusätzlich zu literarischen Quellen bisherige Untersuchungen, Aufsätze, Zeitungsberichte und Interviews mit Personen von verschiedenen Organisationen, die sich mit der deutschen Sprache beschäftigen, benutzen. Die Aktualität meines Themas spielt auch eine wichtige Rolle für das Heraustreten aus der literarischen Begrenzung.

Kapitel 2 – Das Deutschlandbild in den Niederlanden

In diesem Kapitel liegt der Schwerpunkt auf dem Deutschlandbild in den Niederlanden.

Eine andere Nationalität ruft sofort kognitive und emotionale Reaktionen hervor.

Verschiedene Untersuchungen haben herausgefunden, dass Niederländer vor allem über Deutschland und die Deutschen eine klare Meinung haben.

Zuerst wird in den folgenden Ausführungen der Theorie der Imagologie Aufmerksamkeit gewidmet. Danach wird ein kurzer Überblick über die Entwicklung des allgemeinen Deutschlandbildes in den Niederlanden gegeben, weil das Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen nicht von diesem Bild gesondert betrachtet werden kann. Und letztendlich wird das Augenmerk auf das Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen gerichtet.

2.1 Theoretischer Teil der Imagologie

2.1.1 Die Wahrnehmung des Anderen

Wer sich ein Bild von einem anderen Land macht, ist nie völlig unvoreingenommen. Es gibt daher nie ein objektives Bild, das der Wirklichkeit entspricht. Unsere Einstellungen sind kulturell determiniert. Die kognitive Psychologie nennt dies selektive Aufmerksamkeit ('selective attention') (Beller, 2007a: 7). Meistens ist unsere Wahrnehmung und Beurteilung hinsichtlich anderer Nationen und Kulturen bereits im Vorhinein durch Vorurteile und Stereotypen beeinflusst.

Wenn Personen aus verschiedenen Ländern und Kulturen einander begegnen, konkurrieren tatsächlich gemachte Erfahrungen und Vorstellungsbilder miteinander.

Frühere Begegnungen mit anderen Menschen und Kulturen prägen unsere Erwartungen und bestimmen unsere folgenden Begegnungen mit anderen Menschen und Kulturen vor (Ibid.: 7). Aber unsere persönlichen Erfahrungen mit Angehörigen fremder Völker beschränken sich meist auf kurze Kontakte (z.B. während des Urlaubs im Ausland). Es steht also kein ausreichender Erfahrungsschatz zur Verfügung, um über fremde Völker angemessen urteilen zu können (Flohr, 1995: 38).

Kulturelle Diskontinuitäten und Unterschiede (die Sprache, Religion, Mentalitäten, alltägliche Bräuche) setzen positive oder negative Urteile und Bilder in Gang (Beller, 2007a: 4).

Anne Katrin Flohr beschreibt, dass grundsätzlich alle Menschen anfällig für das Denken in vereinfachenden, verallgemeinernden und klischeehaften Mustern sind:

„Realistische Wahrnehmung seiner Umwelt zählt nicht zu den Stärken des Menschen. Wir neigen dazu, andere Ethnien, Völker und insbesondere unsere politischen Gegner anders wahrzunehmen, als sie tatsächlich sind. In den meisten Fällen sind diese Vorstellungen negativ geprägt: Wir haben keine hohe Meinung vom anderen, ‚dem Fremden‘, und wir mögen ihn auch nicht besonders“ (Flohr, 1995: 31).

Auch von Ländern und Völkern, denen wir noch nie in Wirklichkeit begegnet sind, machen wir uns Bilder in den Köpfen. Diese Bilder werden selten durch eigenes Erleben bewusst erarbeitet, sondern in der Regel als Kind im Prozess der Sozialisation und Enkulturation (durch Erziehung, Schule, Medien, Alltagswelt) angeeignet und unhinterfragt übernommen (Roth, 1998: 28). Lippmann sieht die Kultur deswegen als entscheidenden Faktor für die Beurteilung des Fremden/Andersartigen: *„For the most part we do not first see, and then define, we define and then see“* (1922: 81). Nach seiner Ansicht werden wir bereits über die Welt unterrichtet, bevor wir sie sehen und stellen wir uns die meisten Dinge vor, bevor wir unsere Erfahrungen damit machen. Diese vorgefassten Meinungen sind entscheidend für die Wahrnehmung anderer Völker und Kulturen und steuern unser Verhalten im Hinblick auf sie. Sie transformieren unsere Vorstellungen in innere, geistige Bilder, die sogenannten Images (Beller, 2007a: 4). Im Handbuch der Imagologie von Beller und Leerssen (2007) werden Images als *„the mental or discursive representation or reputation of a person, group, ethnicity or nation“* definiert (Leerssen, 2007c: 342). Ein Image lässt implizit eine verweisende Behauptung entstehen. Diese erzählt uns, dass eine Nation (X) bestimmte Charakteristiken (Y) hat. Auf diese Weise werden 'X' und 'Y' miteinander in Zusammenhang gebracht. Das Bild, die Einschätzung vom anderen Land, steht immer in einem Wechselverhältnis zum bereits Vorhandenen, Wirklichen. Es findet also immer (bewusst oder unbewusst) ein Vergleich auf der Folie von bereits Bekanntem statt (Beller, 2007a: 6).

2.1.2 Die Geschichte der Imagologie

Im Zeitalter der Aufklärung und der Romantik kam es zur Herausbildung kultureller und nationaler Identitäten (Groenewold, 1997a: 63/ Beller, 2007a: 13). Die nationalen Identitäten gewinnen als kollektive, überdachende Identitäten gegenüber anderen Gruppenidentitäten erheblich an Gewicht (Groenewold, 1997a: 174). Die Abgrenzung des Landes, die

Nationalsprache, die Ethnizität, die Religion, die Nationalgeschichte und die Traditionen spielen dabei eine entscheidende Rolle (vgl. Beller, 2007a: 11). Es findet eine Erneuerung der (historischen) Identität der Nationen statt. Die nationale Identität zeichnet sich durch die Gleichförmigkeit nach innen und eine polare Differenzierung nach außen aus (Groenewold, 1997a: 176).

Jede Nation besitzt sogenannte kollektive Wissensvorräte, auch Deutungsmuster genannt, die aber nicht immer von allen Teilnehmern der gleichen Kultur akzeptiert werden. Trotzdem entsteht auf diese Weise ein Vorrat von Vorstellungen, was niederländisch ist und schon immer niederländisch gewesen ist bzw. was deutsch ist und schon immer deutsch gewesen ist (Ibid.: 74). Im Prozess der Nationsbildung im 19. und 20. Jahrhundert erhalten die Deutungsmuster bei der Begegnung mit anderen Kulturen eine polarisierende Qualität in der Feststellung des ‚Eigenen‘ und des ‚Fremden‘. Zwischen den verschiedenen europäischen Staaten weisen die Deutungsmuster charakteristische Unterschiede auf, die gesellschaftsgeschichtlich und soziologisch begründbar sind. Sie entfalten ihre Wirksamkeit interaktionistisch in kommunikativen Akten (ibid.: 177). Dieser Vorgang der Identitätsbildung wird geleitet durch die bürgerlichen Intellektuellen, die die Möglichkeit haben, die Medien zu nutzen und auf diese Weise die Nation ‚erfinden‘ (vgl. ibid.: 70). Die Intellektuellen konstruieren durch die Repräsentation in der Öffentlichkeit die kollektive Identität und Realität einer Gesellschaft (vgl. ibid.: 173). Die Beschäftigung mit der nationalen Identität hatte auch die Entwicklung von Images in Bezug zu anderen Ländern zur Folge. Die Literatur wurde seit dem Ende des 18. Jahrhunderts nicht länger als ein universaler Kanon gesehen, sondern als „*the expression of a nation’s specific world-view at a given moment of its development*“ (Leerssen, 2007d: 353).

Die Imagologie beschäftigt sich mit der Analyse solcher nationenbezogener Images. Sie bezeichnet eine Forschungsrichtung innerhalb der vergleichenden Literaturwissenschaft, die kulturelle, nationale und soziale Selbst- und Fremdbilder innerhalb der Literaturen zum Gegenstand hat. Sie erforscht die Einstellungen und Werturteile hinsichtlich anderer Länder und deren Einwohner (Beller 2007d: 432).

Im Folgenden wird ein kurzer Überblick darüber gegeben, wie die Imagologie sich im Laufe der Zeit entwickelt hat. Seit der Aufklärung entwickelte sich in Frankreich mit dem literarischen Werk „*De l’Allemagne*“ von Madame de Staël ein besonderes Interesse in Bezug auf das Image von Deutschland und den Deutschen. Mit ihrem Werk wurde die Basis für die Entwicklung der komparatistischen Imagologie, als ein neues und wichtiges Spezialgebiet der vergleichenden Literaturwissenschaft, gelegt (vgl. Beller, 2007a: 8).

Anfang des 20. Jahrhunderts beschäftigt Fernand Baldensperger, ein französischer Literaturhistoriker, sich mit den Bildern französischer Schriftsteller von Engländern und Deutschen. Er entdeckt die Wichtigkeit des perspektivischen Ausgangspunktes für die Bildung von Images und ist sich auch der historischen Wandelbarkeit dieser Images bewusst (vgl. *ibid.*).

In den achtziger Jahren hebt Daniel-Henri Pageaux in Frankreich die Bedeutung des kulturellen Kontextes für die Bildung von Images hervor. So weisen das Selbstbild eines Landes und das Bild von außen oft widersprüchliche Unterschiede auf, weil beide Länder aus ihrem eigenen Blickwinkel auf die Welt sehen (vgl. *ibid.*: 9).

Mittlerweile wird Hugo Dyserinck, der seit den sechziger Jahren in diesem Feld forschte, und zwar in der Fortsetzung der französischen komparatistischen Schule, als wesentlich für die Entstehung und Entwicklung der Imagologie in den Niederlanden und Deutschland erachtet (vgl. Groenewold, 1997a: 193). Ende der siebziger Jahre hat er in Aachen eine Schule der komparatistischen Imagologie gegründet. Dyserincks Beschreibung über die bedeutende Funktion der Nationalbilder gilt als eine wichtige Bereicherung für die Imagologie (vgl. Beller, 2007a: 9).

Eine andere bedeutende Person für die Entwicklung der Imagologie ist Franz Karl Stanzel, der wichtige Arbeiten in Bezug auf nationale Stereotypen geliefert hat (vgl. *ibid.*).

Er kam zur Entdeckung, dass negative Nationalbilder, die in Vergessenheit geraten sind, in Zeiten politischer Spannungen, Konflikten oder Kriegen einfach wieder an Bedeutung gewinnen können. Diese Bilder befinden sich unbewusst im kollektiven Bewusstsein und können durch eine negative Beziehung zum jeweiligen Land ziemlich leicht aufgerufen werden (vgl. Beller, 2007a: 11).

Stanzel möchte uns darauf aufmerksam machen, dass die zugeschriebenen Nationalbilder oft wenige Gemeinsamkeiten mit der tatsächlichen Situation eines Landes und seinen Einwohnern haben. Er betont deswegen, wie wichtig es wäre herauszufinden, wie die Nationalbilder entstanden wären und wie sie sich entwickelt hätten (vgl. *ibid.*). Die Bilder, die Menschen verschiedener Nationen über einander erstellen, definiert Stanzel als 'no more than a product of the imagination' (Stanzel, 1997: 11).

2.1.3 Die Imagologie

Die Untersuchung mentaler Nationenbilder ist in den letzten Jahrzehnten unter dem Einfluss von Migration und Globalisierung immer mehr in den Vordergrund gerückt (Beller, 2007a: 7). Ein wichtiger Grund für diese Zunahme ist das Interesse von verschiedenen Disziplinen

der Humanwissenschaften an der Repräsentation von Ausländern, anderen Kulturen und deren Einwohnern. Diese schwer zu untersuchenden Gegenstände rufen viele Fragen und Forschungsthemen hervor (ibid.: 10).

Alle methodologischen Ansätze haben als gemeinsames Ziel, die Herkunft und Funktion nationaler Images zu untersuchen. Die nationalen Vorurteile und Stereotype sollen an die Oberfläche gebracht und analysiert werden, damit man sich deren Existenz bewusst wird (ibid.: 12).

Groenewold übt Kritik an der Tatsache, dass die komparatistische Imagologie nur an einem rein literaturwissenschaftlichen Erkenntnisinteresse festhält (vgl. Groenewold, 1997a: 33).

Wie schon erwähnt, bezieht die neueste Forschungsmethode von Beller und Leerssen (2007) sich auch auf rein literarische Texte. Groenewold hält die Literatur für die Wiedergabe von Kollektivvorstellungen als unzureichend (vgl. ibid.: 197). Seiner Meinung nach beschränke die Wissenschaft die Images durch das Ausgrenzen von nichtliterarischen Disziplinen.

2.1.4 Stereotype und Vorurteile

Innerhalb der imagologischen Forschung kommt den Begriffen Vorurteil und Stereotyp also eine zentrale Rolle zu. Es gibt in der Wissenschaft viele Definitionen der beiden Begriffe, und wegen dieser Undeutlichkeit kommt es sogar vor, dass die Begriffe miteinander verwechselt werden. Beide basieren auf einem Prozess der sozialen Kategorisierung: damit wird die Gruppierung von Menschen aufgrund gemeinsamer Merkmale gemeint (Oudenhoven, 2000: 291-292). Der Deutlichkeit halber wird im Folgenden zuerst eine Abgrenzung der beiden Begriffe gegeben.

In dieser Arbeit wird das Stereotyp als Gegenstand der Sozialpsychologie beschrieben, weil für die vorliegende Untersuchung die Verwendung des sozialen Stereotyps relevant ist, wobei einer sozialen Gruppe generalisierend eine Eigenschaft zugeschrieben wird (vgl. Kluck, 2009: 7). Die Bestandteile des Wortes Stereotyp stammen aus dem Griechischen. Stereos bedeutet starr, hart, fest und Typos bedeutet ein geschlagenes, eingedrücktes Bild. Auch im heutigen Stereotypenbegriff ist die ursprüngliche Bedeutung der Wörter der Kerngedanke: ‘verfestigte Denk- bzw. Sprachstrukturen‘ (Kluck, 2009: 9). Walter Lippmann spricht von „*the pictures in our heads*“.

Ein Stereotyp ist eine verallgemeinernde, vereinfachende und klischeehafte Vorstellung über eine bestimmte Gruppe. Es ist eine Generalisierung über eine Gruppe, wobei Personen aufgrund ihrer Gruppenzugehörigkeit bestimmte Merkmale und Eigenschaften zugeschrieben

werden (vgl. Reiß 1997: 41f.). Weil der Variation innerhalb der Gruppe keine Aufmerksamkeit gewidmet wird, geht ein Stereotyp automatisch mit einer Reduktion der perzipierten Wirklichkeit einher. Stereotype sind rein kognitiv (vgl. Kluck, 2009: 32). Trotz seinem eher negativen Ruf ist das Stereotyp ein wertneutraler Begriff. Die Kategorisierung einer Gruppe kann aufgrund unterschiedlicher Merkmale wie z.B. Ausbildung, Hautfarbe, Beruf, Religion, Akzent oder Nationalität erfolgen (Kluck, 2009: 12). Die Imagologie beschäftigt sich mit der Kategorisierung aufgrund der Nationalität und bezieht sich also auf die Analyse nationenbezogener Stereotypen und Vorurteile. Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird also von nationalen Stereotypen (landestypische Eigenarten) und Vorurteilen die Rede sein.

Bei nationalen Stereotypen wird ein einzelnes Merkmal einer ganzen Nation zugeschrieben. Stereotype haben die Eigenschaft, dass sie sehr schwer zu verändern sind. Dies liegt unter anderem daran, dass sie, wie schon vorher erklärt, im Prozess der Sozialisation und Enkulturation, also schon in der frühen Kindheit, erworben werden (ibid.: 13).

Über die methodologische Brauchbarkeit des Stereotyps gibt es in der Linguistik keine eindeutige Meinung. So fragt z.B. Redder sich, ob ein Stereotyp als Wissensstrukturtyp benutzt werden kann: „*The tendency towards generalization and the repetitive nature of stereotype divorces it from any cognitive basis*“ (Redder 1995: 318). Für die Imagologie gibt es dieses Problem nicht, weil gerade die affektive Komponente von Stereotypen eine große Rolle in der Analyse spielt.

Während Stereotype sich ausschließlich auf den kognitiven Bereich beziehen, schließen Vorurteile dazu noch eine affektive Komponente mit ein (Beller, 2007c: 404). Vorurteile sind vorgefasste Urteile, die meist eine negative Wertung beinhalten und nur schwer veränderbar sind (vgl. Kluck, 2009: 32). Vorurteile umfassen *a priori* ein Informationsdefizit. Sie verursachen oft negative Werturteile oder ansonsten verzerrte Idealisierungen (Beller, 2007a: 5). Ein Vorurteil ist eine Haltung, die man gegenüber einer bestimmten Gruppe oder einzelnen Personen der Gruppe, also in diesem Fall einer Nation oder deren Einwohnern, hat. Neben den kognitiven und emotionalen Komponenten gibt es beim Vorurteil einen Verhaltensaspekt, der dafür sorgt, dass wir dazu neigen, uns in Bezug zur Gruppe auf eine bestimmte Art und Weise zu verhalten (z.B. durch Gefühle von Ab- oder Zuneigung) (Oudenhoven, 2000: 291). Vorurteile gegenüber anderen Völkern sind überwiegend negativ und gehen daher mit entsprechend negativen Gefühlen einher (vgl. Kluck, 2009: 32). Beller empfiehlt Literaturwissenschaftlern, einen Unterschied zwischen einem Vorurteil als „*a moral judgement or attitude*“ und einem Stereotyp als „*that attitude's fixed expression*“ zu

machen (Beller, 2007c: 404).

2.1.5 Das Problem der Messbarkeit von Images

Die Imagologie beschäftigt sich mit den mentalen und textuellen Repräsentationen von Nationenbildern. Erst durch ihre textuelle Repräsentation werden die Vorstellungsbilder in den Köpfen der Menschen sichtbar und beobachtbar. Mit dem Terminus Repräsentation wird das repräsentierte Vorstellungsbild, das untersucht wird, gemeint (vgl. Rigney, 2007c: 415). Der Bezugsrahmen ist textuell und intertextuell: ein Text ist nämlich nicht ohne Bezug zur Gesamtheit anderer Texte denkbar. Es handelt sich dabei um die Wiedergabe eines Diskurses (Beller, 2007a: 3). Ein Diskurs ist ein Fluss von Wissen über ein bestimmtes Thema durch die Zeit. Die Texte und Reden beziehen sich immer auf vorherige Äußerungen, die sich mit dem gleichen Thema auseinandergesetzt haben (vgl. Leerssen, 2007a: 27/ Leerssen, 2007c: 342). Oder, wie Ann Rigney sagt: „*the set of themes, concepts, and values that certain individuals have in common when they talk (or write) about the world*” (Rigney, 2007a: 313).

Die dargestellten Repräsentationen können abhängig von der Perspektive des Beobachters, „*the position from which something is observed*“, stark variieren (vgl. Beller, 2007b: 395). Sein persönlicher, ideologischer und kultureller Hintergrund und seine Beziehung zum jeweiligen Land haben nämlich einen Einfluss auf seine Äußerungen über Deutschland. Ein fundamentaler Unterschied ist der zwischen dem Auto-Image (der Beobachtung des eigenen Image, in diesem Falle deutsche Schriftsteller die über ihr eigenes Land schreiben) und dem Hetero-Image (der Sicht von außen, in diesem Falle niederländische Schriftsteller die über Deutschland schreiben) (vgl. Leerssen, 2007c: 342). Das sogenannte Meta-Image, nämlich wie eine Nation annimmt, von anderen Nationen wahrgenommen zu werden, kann vom Hetero-Image abweichen (vgl. *ibid.*: 344).

In der Vergangenheit haben sich in den Niederlanden viele Deutschlandbilder entwickelt. Diese Bilder sind u.a. durch die geopolitische Nähe oder Distanz, historische Vergangenheit, Berichterstattung, persönliche Erfahrungen, die Tradition von Topoi innerhalb der Gesellschaft und politische, wirtschaftliche und kulturelle Beziehungen bestimmt worden und können zu ganz variierenden und widersprüchlichen Images führen (vgl. Beller, 2007b: 395). Eine Übersicht über die Deutschlandbilder in den Niederlanden wird in Abschnitt 2.2 gegeben. Auffallend an diesen gegensätzlichen Images, den sogenannten Counter-Images, ist, dass sie gleichzeitig nebeneinander existieren können (vgl. *ibid.*) und sich im Laufe der Zeit nur vermehren. Diese nationenbezogenen Images befinden sich in unterschiedlichen

Schichten des Unterbewusstseins und können abhängig von der Situation in den Vordergrund treten (vgl. Beller, 2007b: 395/ Leerssen, 2007c: 344). Ein Imageme ist das Image eines Landes, das all die verschiedenen Images beinhaltet (Leerssen, 2007c: 344). Neben der Perspektive wird die Begegnung und Beurteilung von anderen/fremden Ländern, Personen und Kulturen durch die selektive Wahrnehmung bestimmt (Beller, 2007a: 6). Die selektive Wahrnehmung ist ein psychologisches Phänomen, bei dem nur bestimmte Aspekte der Umwelt wahrgenommen und andere ausgeblendet werden.⁹ Unsere Images von anderen Ländern ergeben sich aus selektiven Werturteilen (entstanden durch selektive Wahrnehmung) und werden z.B. zum Ausdruck gebracht in Reiseberichten und in der Literatur (Beller, 2007a: 5). Der Autor trifft eine Selektion der Informationen und entscheidet letztendlich, was er in seinen Text aufnimmt und was er ignoriert (ibid.). Auf diese Weise kann in den Köpfen der Leser ein vorprogrammiertes (Wunsch-)Bild entstehen, das der Wirklichkeit nicht entspricht. Die Teilvorstellung vergegenwärtigt für den Leser dann das Ganze, obwohl die empirische Realität nur teilweise erfahren wird (vgl. ibid.). Es ist eine schwierige Aufgabe, das Deutschlandbild in den Niederlanden zu untersuchen. Zuerst erhebt sich die Frage der Repräsentativität der Quellen. Die Meinungsbildung unter Journalisten und Autoren, variierend von nuancierten zu vereinfachten Schwarz-Weiß-Bildern, kann nicht ohne Weiteres mit der öffentlichen Meinung gleichgesetzt werden (vgl. Wielenga, 2000: 58). Ihre Sehensweise hinsichtlich Deutschland wird, wie oben beschrieben, von ihrer Perspektive und dem Phänomen der selektiven Wahrnehmung beeinflusst (Beller, 2007b: 395). Dadurch beruhen Äußerungen über das Deutschlandbild unter Niederländern häufig auf persönlichen Einschätzungen. Die Quellen, die am meisten auf Fakten basiert sind, sind wissenschaftliche Aufsätze, die sich oft auf Meinungsumfragen stützen. Aber sogar diese Untersuchungen sind abhängig von den aktuellen Geschehnissen und von der Fragestellung (z.B. offene oder geschlossene Fragen) und können also nur als Indikator benutzt werden. Die Existenz vieler, darunter auch widersprüchlicher, Deutschlandbilder zur selben Zeit in den Niederlanden erschwert die Analyse. Wielenga bringt das Problem zur Sprache. *„Diese Bilder rufen (...) selbstverständlich die Frage hervor, welche von ihnen nun bestimmend sind, aber Kriterien, um dies festzustellen, sind intersubjektiv kaum überprüfbar“* (Wielenga, 2000: 58). Eine der Kerneinsichten der Imagologie, die davon ausgeht, dass die textuellen Repräsentationen subjektiv sind, gibt eine Antwort auf dieses Problem. Die Imagologie beschäftigt sich mit Charakterisierungen und Zuschreibungen von Eigenschaften. Sie befindet sich also außerhalb

⁹ Im online Stangl Lexikon: <http://lexikon.stangl.eu/1708/selektive-wahrnehmung/>

des Gebiets, das prüfbar oder faktisch ist und gehört deswegen zur Imagination (vgl. Leerssen, 2007a: 27). Diese Subjektivität sollte nicht ignoriert, beschönigt oder herausgefiltert werden, sondern muss in die Analyse miteingebracht werden (Beller, 2007a: 3). Die Motivation und Funktion der Bilder können nämlich nur von dieser Subjektivität aus analysiert werden (vgl. *ibid.*: 12). Die aktuelle Gültigkeit dieser Behauptungen zu kontrollieren und zu widerlegen ist also nicht die Aufgabe des Imagologen (Leerssen, 2007a: 27). Es geht nicht um die Beurteilung der Richtigkeit oder die Veränderung der Repräsentationen, sondern um die reine Darstellung der Bilder (Beller, 2007a: 1/ Leerssen, 2007a: 27). Für die Rezipienten ist es also wichtig, in ihrem Hinterkopf zu behalten, dass Imagologen nicht in erster Linie eine öffentliche Meinung messen wollen, sondern sich mit der Äußerung repräsentierter Bilder beschäftigen (vgl. Beller, 2007a: 12). Eine imagologische Untersuchung beschreibt also ein Image und nicht eine nationale Identität. Ein Diskurs, der eine bestimmte Nationalität, Gemeinschaft oder ein bestimmtes Land beschreibt und sich auf nationale Charakterzuschreibungen verlässt anstatt auf wesentliche Fakten, wird ein „*imaginated discourse*“ genannt (Leerssen, 2007c: 342). Weil die Quellen, die untersucht werden, u.a. durch aktuelle Geschehnisse dem Wandel unterworfen sind, geben sie nur das Bild eines bestimmten Moments wieder. Es handelt sich also immer um eine Äußerung des repräsentierten Bildes von einem bestimmten Zeitpunkt. Bei einer Beschreibung eines Images im Laufe der Zeit wird der Verlauf anhand der verschiedenen Zeitpunkte sichtbar. Damit kommen wir automatisch zum zweiten Punkt. Es ist eine große Vorsicht bei verallgemeinernden Aussagen geboten, weil es also ‚das‘ niederländische Deutschlandbild nicht gibt. Es muss deswegen von niederländischen Deutschlandbildern gesprochen werden, und man muss sich stets um die Wiedergabe verschiedener Deutschlandbilder und ihrer Funktionen bemühen (Wielenga, 2000: 59). Es ist die Aufgabe des Imagologen, verschiedene Meinungen und Perspektiven zu sammeln und als ein Ganzes wiederzugeben. Es ist also nur möglich zu versuchen, um ein möglichst repräsentatives Bild abzubilden.

2.1.6 Die Analyse textueller Repräsentationen

Wegen der Zunahme methodologischer Aufsätze in den verschiedenen Disziplinen ist auch der Bedarf an einer Methode für die Analyse von Nationenbildern gestiegen. Beller und Leerssen zeigen in ihrem Buch „*Imagology*“ (2007) eine umfassende Methode für die

Analyse solcher Images.

Images, die in Texten vorkommen, können wegen ihrer sprachlichen Realisierung analysiert werden. In den Köpfen der Menschen sind sie nur hypothetische Konstrukte, die nur mittelbar beobachtbar sind. Der sprachlichen Realisierung kommt also eine bedeutende Rolle zu, weil dadurch das Vorhandensein von Stereotypen und Vorurteilen nachgewiesen werden kann (vgl. Flohr, 1995: 12).

Bei einer intertextuellen imagologischen Untersuchung wird ein Image, in diesem Fall von Deutschland, in fünf Schritten analysiert.

Die erste Aufgabe der Analyse ist es, den Intertext einer nationalen Repräsentation als eine Trope (Bildersprache) zu erkennen (vgl. Leerssen, 2007a: 28). Bei einer Trope kommt Wörtern eine andere Bedeutung zu, weil sie in einem anderen Kontext gebraucht werden. Eine Trope ist eine (bewusst herbeigeführte) Abweichung von der sprachlichen Normalform, die auf der Ebene der Semantik als Austausch beschrieben werden kann: Ein eigentlicher Ausdruck 'a' wird durch einen uneigentlichen Ausdruck 'b' ersetzt (Spörl, 2006: 87). Tropen werden als Mittel zur Verschönerung des Sprachstils und/oder für die Effektivität der sprachlichen Äußerung eingesetzt. Der Imagologe sollte der Frage nachgehen, wie die Tradition der Trope sich in der Vergangenheit entwickelt hat. Images implizieren bestimmte Konstruktionen, die der Zeit unterworfen sind. In welchem Maße hat sich diese Trope in Bezug auf die gleiche Nation im Laufe der Zeit wiederholt, bestätigt, geändert oder entkräftet? Der Imagologe sollte also herausfinden, was die Traditionen von Würdigung und/oder Geringschätzung sind und wie diese historisch miteinander verbunden sind (vgl. Leerssen, 2007a: 28).

Zum genaueren Verständnis der Bedeutung der Bildersprache sollte der Imagologe sich als zweite Aufgabe den Kontext des Textes heranziehen (ibid.). Daraus ergibt sich nämlich, dass etwas anderes als das Gesagte gemeint ist. Aus dem Kontext sollte abgeleitet werden, um welche Textsorte es geht und von welcher Gattung die Rede ist. Es sollte der Frage nachgegangen werden, wie das Image innerhalb dieser Textsorte und Gattung platziert werden kann. In diesem Schritt kommt der textuellen Interpretation also eine wichtige Rolle zu. Nationale Charakterisierungen können z.B. mit satirischen oder ironischen Absichten eingesetzt sein. Zur gleichen Zeit sollte der Text in seinem historischen Kontext platziert werden. Der historische Bezug literarischer Texte sollte immer beachtet werden, weil ein Text nicht in einem zeitlosen Niemandsland interpretiert werden kann (Leerssen, 2007a: 28).

Als vierte Aufgabe sollte die Zielgruppe des Textes herausgefunden werden (ibid.). Die Zielgruppe sagt schon viel über die Rezeption und die Absicht und den Sinn und Zweck eines Textes aus.

Die letzte Aufgabe der Analyse ist die Feststellung der Perspektive des Autors (ibid.). Wie schon vorher beschrieben, hat die Perspektive einen großen Einfluss auf die Sichtweise und Beurteilung hinsichtlich anderer Länder.

Anhand von dieser Textanalyse sollte der Imagologe also im Stande sein, den Ursprung, die Entwicklung und die Funktion nationenbezogener Images in Texten zu untersuchen.

2.1.7 Erklärungen und Funktionen von nationalen Stereotypen und Vorurteilen

Dem Gebrauch von nationalen Stereotypen und Vorurteilen im Alltagsleben liegen verschiedene psychologische Erklärungen zu Grunde. In diesem Abschnitt wird gezeigt, welche Funktionen sie sowohl im nationalen als auch im internationalen Kontext erfüllen (vgl. Flohr, 1995: 11). Damit wird ein wichtiger struktureller Faktor in der Wahrnehmung anderer Länder sichtbar.

Die Orientierungs- und Identifikationsfunktion zeigen im Folgenden, dass verzerrte und vereinfachte Darstellungen sogar unentbehrlich und unvermeidlich sind.

Die erste Funktion findet ihren Ursprung in einem kognitiven Ordnungsbedarf einer Gesellschaft. Lippmann zufolge stellen Stereotype eine wichtige Hilfe bei der Orientierung in einer komplexen Umwelt dar, indem sie einfache Ordnungsschemata bereitstellen.

Die Stereotype sollen den Menschen dabei unterstützen, neue Erfahrungen unter Rückgriff auf einen Erfahrungsschatz an bereits bestehenden Informationsmustern rasch verarbeiten und kommunizieren zu können (Lippmann, 1964: 81, 109). Auf diese Weise können Eindrücke und Informationen mit bereits Bekanntem verglichen und sofort eingeordnet werden (vgl. Roth 1998: 33). Stereotypen vereinfachen das Zurechtfinden in unserer Umgebung und wirken dadurch als Orientierungssystem für eine kommunizierende Gesellschaft (vgl. Kluck, 2009: 16). Obwohl der Wahrheitsgehalt von Stereotypen relativ gering ist, liefern sie uns doch eine befriedigende Orientierung (Flohr, 1995: 16, 44). Im internationalen Kontext dienen Stereotype vor allem der Erklärung kultureller Unterschiede und vereinfachen dadurch die Welt (Leerssen, 2007a: 27-28). Van Oudenhoven beschreibt die Kategorisierung und Klassifizierung der unzähligen, täglich neuen Reize sogar als notwendig, weil wir nur dadurch sofort differenzieren und handeln können (van Oudenhoven, 2000: 293).

Ein anderer wichtiger Grund für den Gebrauch von Stereotypen ist die identitätsstiftende Funktion. Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Nation, Kultur und Sprachgemeinschaft ist

auch heutzutage noch die häufigste Selbst- und Fremdetikettierung, die sich Personen in interkulturellen Kontakten zumessen (Groenewold, 1997a: 75). Die Identifikationsfunktion beinhaltet die Identifikation mit der eigenen Gruppe durch eine Abgrenzung gegenüber anderen Gruppen (vgl. Kluck, 2009: 16). Hier ist das Assimilations-Kontrast-Prinzip wirksam: Durch Stereotypisierung werden Ähnlichkeiten innerhalb der eigenen Gruppe stärker wahrgenommen als Differenzen, während Unterschiede zur Fremdgruppe in der Wahrnehmung schwerer wiegen als Gemeinsamkeiten (vgl. van Oudenhoven, 2000: 274). Die Ausrichtung negativer Emotionen auf andere Nationen trägt zum Zusammenhalt der eigenen Gruppe bei. Auf diese Weise treten die in jeder Gruppe bestehenden Spannungen und Meinungsverschiedenheiten angesichts des Fremden in den Hintergrund und wird das Zugehörigkeitsgefühl zum eigenen Volk gestärkt (Flohr, 1995: 39). Nationalbilder stiften also Identität und verschaffen die Möglichkeit zur Abgrenzung (ibid.: 42).

Ein auffallendes Merkmal von Stereotypen und Vorurteilen ist ihre Stabilität. Sie sind relativ resistent gegen widersprechende Informationen, weil solche Informationen anders verarbeitet werden als solche, die die Stereotypen bestätigen. Eine Wahrnehmungsverzerrung (confirmation bias) zugunsten der Bestätigung des Stereotyps liegt dem zu Grunde (vgl. Kluck, 2009: 13). Diese Wahrnehmungsverzerrung kann auf verschiedene Weisen und in verschiedenen Situationen vorkommen:

Die eigene Gruppe wird in der Regel positiver eingeschätzt als die Fremdgruppe. Negatives Verhalten von Mitgliedern der eigenen Gruppe liegt meistens an der Situation, während negatives Verhalten von Mitgliedern der Fremdgruppe dem Charakter angelastet wird. Andersherum wird positives Verhalten von Mitgliedern der eigenen Gruppe ihrem guten Charakter zugeschrieben, während positives Verhalten von Mitgliedern der Fremdgruppe der Situation zugrunde liegt (ibid.).

Auch wenn sich im (direkten) Kontakt mit einem Mitglied der Fremdgruppe herausstellt, dass es dem Stereotyp nicht entspricht, muss das nicht unbedingt zum Abbau von Stereotypen führen. Das Mitglied der Fremdgruppe wird eher als eine Ausnahme von der Regel und als untypisches Gruppenmitglied gesehen, damit das Stereotyp seine 'Gültigkeit' behält (vgl. ibid.: 14). Auch kann es sogar vorkommen, dass eine Person durch ihr eigenes Verhalten ein Stereotyp bei einem Mitglied der Fremdgruppe hervorruft, weil das von ihm erwartet wird. Auf diese Weise wirkt das Stereotyp als eine ‚self-fulfilling prophecy‘ (ibid.).

Das Stereotyp bleibt durch obengenannte Verhaltensweisen von den ihm widersprechenden Informationen unberührt. Veränderungen von Stereotypen treten in der Regel also nur sehr langsam ein.

Die Theorie der kognitiven Dissonanz gibt eine Antwort auf die Frage, warum wir uns nicht darum bemühen, unsere Umwelt differenzierter wahrzunehmen.

Grundlegende Annahme ist hier, dass Menschen die Gleichzeitigkeit von Informationen, die einander widersprechen, nur schwer ertragen (vgl. Flohr, 1995: 33). Um unsere ursprünglichen Auffassungen zu bestätigen und also Widersprüchlichkeit zu vermeiden, passt unsere Wahrnehmung neue Informationen den schon bestehenden Vorstellungen so weit an, bis sie mit diesen übereinstimmen (Flohr, 1995: 33-34). Dieser Vorgang wird durch die schon vorher besprochene selektive Wahrnehmung erreicht (vgl. *ibid.*: 34).

Dies alles macht deutlich, dass soziale Stereotype nicht etwas nur Negatives, sondern sogar notwendig sind, da sie durch Kategorisierung sowohl der Orientierung als auch der Identifikation mit der eigenen Gruppe dienen.

Zu beachten bleibt die Gefahr eines unrealistischen Bildes anderer Kulturen, die Einfluss haben kann auf Situationen, in denen Kommunikation über andere Länder und mit und über Personen aus anderen Ländern geführt wird.

2.2 Das Deutschlandbild in den Niederlanden

Wie im vorherigen Abschnitt beschrieben, ist das Bild, das Menschen von anderen Ländern haben, also auch das Deutschlandbild der Niederländer, von Klischees und Stereotypen beherrscht. Eine Reihe landeskundlicher Bücher aus den vergangenen Jahren, mit Titel wie unter anderem ‘Kannitverstan?’ (Müller, 1995), ‘Onbekende buren‘ (Linthout 2000) , ‘Nederland-Duitsland elkaar kennen en begrijpen‘ (Vis / Moldenhauer, 2000), ‘Zimmer Frei‘ (Boekraad, 2001), und ‘Leben und Arbeiten in den Niederlanden‘ (Thomas / Schlizio, 2007) deuten an, dass das Wissen über Deutschland und die Deutschen Lücken aufweist. Die wirtschaftlichen und politischen Beziehungen mit Deutschland haben sich seit kurz nach dem Zweiten Weltkrieg kontinuierlich gebessert, aber die politisch-psychologischen Beziehungen ließen sehr zu wünschen übrig (Jansen, Lutsen, 1995: 16). Sie sind schwer zu ergründen, weil das niederländische Deutschlandbild mit vielen Entwicklungen und Ereignissen zusammenhängt. Ich werde deswegen verschiedene Themen beleuchten, die einen großen Einfluss auf das Deutschlandbild in den Niederlanden ausüben.

2.2.1. Die Beziehungen seit dem Zweiten Weltkrieg

Bei der Beschreibung und Analyse von Länderimages soll immer der historische Rahmen in Betrachtung gezogen werden. So hat der Zweite Weltkrieg (1940-1945) einen großen Einfluss auf das Deutschlandbild in den Niederlanden und ist deswegen unentbehrlich für die Untersuchung dieses Bildes. Das historische Trauma lebt im kollektiven Gedächtnis der niederländischen Kultur weiter und hat dort Wunden hinterlassen, die nur sehr langsam heilen (vgl. Müller, 1995: S. 18). Die Nachkriegsbeziehung zwischen den Niederlanden und Deutschland hat stark unter den Folgen des Kriegs gelitten. Aufgrund dieser Basis war ein positives Bild von Deutschland und den Deutschen undenkbar (Lademacher, 2001: 61). Überhaupt gab es in den ersten Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg eine komplizierte Beziehung zwischen den beiden Ländern (Hendriks / Veltman, 2009). Der Prozess zu einem ‘normalen’ Umgang mit Deutschland und den Deutschen, vor allem was die politisch-psychologischen Beziehungen angeht, hat Jahrzehnte gedauert. Im Folgenden werde ich anhand einiger wichtiger Ereignisse die Entwicklung des Deutschlandbildes in den Niederlanden seit dem Zweiten Weltkrieg beschreiben. Die ersten Jahre nach dem Krieg sind durch pure Rachsucht gekennzeichnet gewesen. Niederländer hatten vor allem den Wunsch den Deutschen gegenüber Abstand zu wahren. Die strenge Aburteilung von Deutschen und deren niederländischen Komplizen (zirka 140

Todesurteile) kam diesem Wunsch, wenn auch nur minimal, entgegen (vgl. Lademacher, 2001: 62). Die Niederlande versuchten sogar einen Teil des deutschen Gebiets einzufordern, aber der Annexionsversuch missglückte (ibid.).

Eine Flugblattaktion von niederländischer Seite sorgte Mai 1954 für große Aufregung. Eine Gruppe Niederländer demonstrierte gegen den Besuch von Deutschen in den Niederlanden. Sie fühlten sich verletzt durch ihre Anwesenheit in den Niederlanden und verteilten Flugblätter mit dem Spruch „Deutsche nicht erwünscht“, nach dem deutschen Vorbild im Zweiten Weltkrieg gegenüber den Juden (Hilbert, 2001: 78). Es fiel den Niederländern schwer eine Balance im Umgang mit Deutschen zu finden. Einerseits waren viele Niederländer vom lauten und taktlosen Verhalten von Deutschen in öffentlichen Einrichtungen irritiert. Andererseits investierte die niederländische Touristenbranche in Werbekampagnen wegen der sinkenden Zahl deutscher Touristen. Auch Privatvermieter und Pensionen stellten Schilder mit der Aufschrift ‚Zimmer frei‘ auf, um ihre Gastfreundschaft zu zeigen (ibid.: 79).

Der Zweite Weltkrieg galt in den Niederlanden lange als moralischer Maßstab in Diskussionen und Angelegenheiten über Deutschland (Hendriks/ Veltman, 2009). So wurde 1965, 20 Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg, in einer Diskussion zu der Frage, ob Niederländer noch antideutsch sein dürfen, empfohlen, Deutschen den Zugang zu den Niederlanden zu verweigern (Lademacher, 2001: 63). Auch mit der Hochzeit von Königin Beatrix mit dem deutschen Diplomaten Claus von Amsberg waren viele antideutsche Gefühle verbunden. Die Presse reagierte entrüstet über die Verlobung und am Tag der Hochzeit selbst wurden Nebelbomben auf den Hochzeitszug geworfen (ibid.).

Der Staatsbesuch des deutschen Bundespräsidenten Gustav Heinemann 1969 in den Niederlanden war von großer politischer Bedeutung. Die niederländische öffentliche Meinung war ihm gegenüber positiv eingestellt, weil er im Zweiten Weltkrieg ein Mitglied der Bekennenden Kirche war, die Widerstand gegen den Nationalsozialismus bot. Er wurde deswegen als ein ‚guter Deutscher‘ betrachtet (Slagter, 2002). Zwei Jahre später fand der offizielle Gegenbesuch von Königin Juliana in der Bundesrepublik statt (ibid.). Nach erfolgreichen Staatsbesuchen entwickelte sich in den 70er Jahren eine gute politische Zusammenarbeit zwischen den beiden Ländern. Bemerkenswert ist der Kontrast zu den politisch-psychologischen Beziehungen (Lademacher, 2001: 68). Während eines Fernsehgesprächs in den Niederlanden mit dem damaligen CDU-Oppositionsführer Helmut Kohl sprach das niederländische Publikum ihre antideutsche Haltung und ihre Gefühle von Unbehagen aus. Dieses Gespräch war der Beweis dafür, wie weit die Niederlande noch von

einem nuancierten Deutschlandbild entfernt sind (ibid.: 66). Es gab bei den Niederländern ein verstecktes Gefühl von Unbehagen und Misstrauen gegenüber Deutschland, das unter bestimmten Umständen plötzlich an die Oberfläche kommen konnte (ibid.: 69).

Seit Mitte der 90er Jahre ist in den Niederlanden eine positive Mentalitätsveränderung in Bezug auf Deutschland und die Deutschen spürbar. Groenewold verbindet diesen Wendepunkt mit der Aufhebung der Binnengrenzen in der Europäischen Gemeinschaft im Jahr 1992. Die Wiedervereinigung Deutschlands und der damit verbundene Zugang zu Ost-Europa für die Niederlande fielen in den gleichen Zeitraum (Groenewold, 2000: 237). Es entstand schon vor Langem eine Diskussion über die niederländische Identität. Die Niederländer fragten sich, was die Folgen für ihr kleines Land sein würden und was von der niederländischen Identität im großen Europa übrig bleiben würde (ibid.). Am Anfang war die niederländische Regierung skeptisch hinsichtlich der deutschen Wiedervereinigung, weil sie Angst vor dem großen östlichen Nachbarn als einer möglichen neuen zentralen Macht in Europa hatte (Renfurm, 2009). Aber durch die besseren Wirtschaftsbeziehungen mit Deutschland und die Aussicht auf ein neues Handelsgebiet im Osten Europas, änderte sich ihre Meinung (Groenewold, 2000: 238). Die Erweiterung der Europäischen Union um vor allem viele ost-europäische Länder hat die Niederländer näher zu den Deutschen gebracht, weil sie sich durch den Abstand zu den ost-europäischen Ländern auf kulturellem und sprachlichem Gebiet darüber bewusst geworden sind, wie viele Gemeinsamkeiten sie mit Deutschland und den Deutschen haben (DIA, 2012). Es entstand ein zunehmendes Interesse für Begegnungen und Dialoge, die zu einem vielfältigeren und nuancierteren Deutschlandbild führten (Groenewold, 2000: 238).

In den vergangenen Jahren hat das Thema Totenehrung die Emotionen in den Niederlanden mehrmals hochsteigen lassen. Es gab verschiedene Diskussionen über die Anwesenheit von Deutschen bei der jährlichen Totenehrung am 4. Mai in den Niederlanden. Im Jahr 1994 entstand die Diskussion einer gemeinsamen Totenehrung im Rahmen des fünfzigsten Tags der Befreiung. Die heftige Diskussion zeigte aber, dass die Zeit damals noch nicht reif dafür war (Lademacher, 2001: 72). Sechzehn Jahre später, im Januar 2010, stellte sich aber heraus, dass die Zeit noch immer nicht reif dafür war, als eine emotionale Diskussion über die Anwesenheit des deutschen Botschafters in den Niederlanden, Thomas Läufer, bei der nationalen Totenehrung losbrach (Remmerswaal, 2010). Laut dem Nationalen Komitee ist der 4. Mai eine Angelegenheit des niederländischen Volkes und kein Anlass für eine Versöhnung mit Deutschland (ibid.).

Dass die Vergangenheit auch heutzutage noch ein schwieriges Thema ist, zeigt der

gewonnene Prozess des Jüdischen Interessenverbands *Federatie Joods Nederland* in 2012 gegen den Bürgermeister der Gemeinde Vorden (Steenbergen, 2012). Der Bürgermeister hatte mit dem 4.-Mai-Komitee abgestimmt, bei der Totenehrung an den Gräbern von zehn verstorbenen deutschen Soldaten entlang zu gehen. Das Komitee war der Meinung, dass 67 Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg die Zeit reif ist für „Verbrüderung und Versöhnung“, aber dem wurde kein Gehör geschenkt (ibid.).

Dem steht gegenüber, dass in 2012 am Tag der Freiheit, am 5. Mai, vom Nationalkomitee aus ein großer Schritt vorwärts gemacht worden ist. Zum ersten Mal durfte ein Deutscher, und zwar Bundespräsident Joachim Gauck, trotz einzelner Proteste, die „5.-Mai-Rede“ halten (Van Dool, 2012). Er war den Niederlanden sehr dankbar dafür und betonte, dass mit der Einladung ihm und Deutschland ein großes Vertrauen entgegen gebracht worden sind.

2.2.2 Die Fußballvergangenheit

Wenn ein Thema, außer dem Zweiten Weltkrieg, die Emotionen zwischen den Niederlanden und Deutschland aufgewühlt hat, dann ist es Fußball. Kurz vor dem Finale gegen Deutschland im Jahr 1974 hat der niederländische Bundestrainer Rinus Michels sogar verkündet, dass Fußball Krieg sei (Schürings, 2003: 34).

Die Fußballvergangenheit zwischen den Niederlanden und Deutschland ist in vielen Büchern über das deutsch-niederländische Verhältnis beschrieben worden. Obwohl die zugrundeliegenden Gefühle bis zum Zweiten Weltkrieg reichen, etablierte sich die Rivalität erst im Weltmeisterschaftsfinale 1974 gegen Deutschland (Von der Dunk, 1994: 81). Die 1:2-Niederlage war ein absoluter Tiefpunkt in der niederländischen Sportgeschichte. Die Niederländer waren sogar der Ansicht, dass die Deutschen ihnen den Titel geraubt hätten (Schürings, 2003: 33).

Als die Niederlande, vierzehn Jahre später, im Halbfinale der Europameisterschaft 1988 in der Bundesrepublik Deutschland mit einem 2:1 in der 89. Minute siegten, gab es eine große Euphorie seitens der Niederländer. Der Sieg über die Mannschaft galt als Revanche und löste einen nationalen Ausbruch aus, der sogar einen politischen Charakter bekam (Lademacher, 2001: 68). Der Sieg galt für viele Niederländer als Abrechnung mit dem ‚Trauma‘ von 1940 und 1974 und war der Beweis dafür, dass sie Deutschland schlagen konnten.

Obwohl die Aufregung inzwischen einigermaßen abgenommen hat, hat die langjährige bewegte Fußballgeschichte zwischen den beiden Ländern auch heutzutage noch ihre Auswirkung. Auf dem Rasen spielen elf gegen elf und ist der Größenunterschied also aufgehoben. Jedes Land hat die gleichen Chancen und der Bessere soll gewinnen. Umso

glücklicher sind die Niederländer über einen Sieg, weil sie sich auf diese Weise als kleines Land gegenüber Deutschland beweisen können (Thomas / Schlizio, 2007: 34).

Vor wichtigen Fußballturnieren blüht die Rivalität immer wieder auf. Die Medien spielen dabei als Kommunikationsträger und -vermittler eine wichtige Rolle. Vor allem die Sensationsmedien wie *De Telegraaf* und *BILD* gießen Öl ins Feuer. So kam vor zwei Jahren, kurz vor der Weltmeisterschaft, in einer Umfrage des 'Metro Life Panel', bei dem 1006 Niederländer befragt wurden, heraus, dass mehr als ein Drittel der Befragten den Wunsch äußerten, dass Deutschland als erstes Land ausgeschaltet werden sollte (Wieringen, 2010: 5). Und in der Zeitung *Spits* wurde groß auf dem Titelblatt auf die Fußballvergangenheit verwiesen: „Chance auf Revanche, 1974, 1978 und jetzt 2010“ (Kropman, 2010: 1).

Auch die Europameisterschaft 2012 hat wieder viele Reaktionen ausgelöst und die Fußballvergangenheit zwischen den Niederlanden und Deutschland aufgerührt.

Vor allem weil die Niederlande und Deutschland sofort am Anfang aufeinander trafen, da sie in die gleiche Gruppe eingeteilt worden waren. Nach der Niederlage gegen Dänemark stieg der Druck in den Niederlanden gegen den 'Erzrivalen' Deutschland zu gewinnen unaufhaltsam (Van Boven, 2012a: 1). Als dieser Wunsch für die Niederlande unrealisierbar schien, wurde schon über einen neuen schwarzen Tag in der Fußballgeschichte berichtet (Van Boven, 2012b: 1).

Auch die Werbeindustrie greift das Thema der Fußball-Klassiker Niederlande-Deutschland immer wieder auf. Es ist sowohl von niederländischer als auch von deutscher Seite zu einer Tradition geworden Marketingkommunikation einzusetzen, um einander lächerlich zu machen. So gab es in den vergangenen Jahren zahlreiche EM- und WM-Gadgets in Bezug auf Deutschland wie z.B. „die holländische Geheimwaffe“, einen Jägerhut, der zum Lautsprecher transformiert werden konnte und das schwarze Energie T-Shirt von Nuon, das ein Niederländer einem Deutschen gibt, nachdem er ihm aus Versehen ein Eis über das Weiße Trikot gekleckert hat. Wenn der deutsche Fan hinterher im eigenen Fanblock steht, färbt sich das Trikot durch die Körperwärme orange. Auch die Werbung der Biermarke Heineken, in der Ohrstöpsel in den deutschen Nationalfarben als Lösung gegen den niederländischen Krach angeboten werden (beide von Biermarke Heineken in 2010), war auf *You Tube* sehr erfolgreich (Spijkstra, 2010). Am Vorabend der Europameisterschaft 2012 ist der Werbekampf erneut losgebrochen. Heineken rief die Holländer auf in den von der Biermarke produzierten Oranje-Trikots etwas Legendäres zu veranstalten und zeigte selber ein Video als Beispiel, wobei ein Oranje-Fan eine orangefarbene Parkkralle am deutschen Spielerbus anbringt. Und auch bei MacDonalds gibt es gegenseitig in den Werbespots eine kleine

Abrechnung mit dem Nachbarland. Der Automobilhersteller Mercedes-Benz startete dahingegen in seiner Werbung mit „das Beste, was Deutschland zu bieten hat: Die Frauschaft!“, eine Charme-Offensive, wobei mit elf jungen, hübschen Frauen für eine Versöhnung zwischen den beiden Ländern plädiert wurde (Spijkstra, 2010).

Dass Fanartikel aber auch die Grenze der gesunden Rivalität überschreiten können, zeigten die orangefarbenen deutschen Wehrmachtshelme, die im Anlauf zur Weltmeisterschaft 2006 in den Niederlanden angeboten wurden (Vries, 2006). Der Königliche Niederländische Fußballbund (KNVB) beurteilte die Wehrmachtshelme als beleidigend und provozierend und verbot den weiteren Verkauf der Produkte. Die große Abnahme der Helme zeigte aber, dass es in den Niederlanden noch immer einen Markt für diese Anti-Deutsch-Fanartikel gibt (Trouw.nl, 2006).

Alles in Allem kann man sagen, dass bei den Gefühlen der Niederländer gegenüber Deutschland in Bezug auf Fußball von einer gesunden Rivalität die Rede ist. Die positive Einstellung der Spieler selber ist auch damit verbunden. Mittlerweile standen schon viele niederländische Nationalspieler in der deutschen Bundesliga unter Vertrag, von denen die Mehrheit die Organisation und Professionalität im deutschen Fußball lobt (Brandsma, 2010).

2.2.3 Politische und wirtschaftliche Beziehungen

Wie bereits im ersten Kapitel zu lesen war, ist Deutschland für die Niederlande in politischer wie in wirtschaftlicher Hinsicht einer der wichtigsten Partner.

Seit Mitte der 1990er Jahre haben diese politischen und wirtschaftlichen Beziehungen eine sehr positive Veränderung erfahren. Nach der Wiedervereinigung durchlief die deutsche Wirtschaft aufgrund einer sehr hohen Arbeitslosigkeit eine Rezession. Die Niederlande zeigte zur gleichen Zeit eine sehr stark prosperierende Wirtschaftsentwicklung und wurde aufgrund ihres Poldermodells (auch Konsensmodell genannt, das die Zusammenarbeit von Gewerkschaften, Arbeitgebern und der Regierung beinhaltet) von Deutschland als Beispielland angesehen (Paridon, 2007: 151). Das Interesse von Deutschland verkleinerte die Furcht vor der Macht und Größe des wiedervereinigten Deutschlands in den Niederlanden und kam den Beziehungen zwischen beiden Ländern zugute. Das Deutschlandbild in den Niederlanden veränderte sich darauf als Folge im positiven Sinne. Wie vorher schon erwähnt, hat auch die Erweiterung von vielen mittel- und osteuropäischen Ländern in der Europäischen Union die Niederlande näher an Deutschland gebracht.

Heutzutage sind die Wirtschaftsverhältnisse ganz anders strukturiert. Deutschland hat seit Jahren die größte und stärkste Wirtschaft Europas und erlebt, im Gegensatz zu anderen

europäischen Ländern, noch immer ein Wachstum. Durch die langfristigen politischen Reformen gilt Deutschland momentan sogar als Beispielland für andere europäische Länder. Klischeehafte Charakterzüge wie „gut organisiert“, „sachlich“, „pünktlich“ und „tüchtige Arbeiter“, die den Deutschen vonseiten der Niederländer zugeschrieben werden, werden dadurch nur bestätigt (vgl. Rodenburg, 2012).

Auch während der europäischen Krise ergreift Deutschland die Initiative, unter anderem in Bezug auf den Euro sowie die Situation in Griechenland (Volkskrant.nl, 20.06.2012).

Kulturhistoriker René Cuperus warnt die Niederländer vor ihrer uninteressierten Haltung bezüglich Deutschlands. Während Deutschland eine immer größere Rolle in der Weltwirtschaft einnimmt, und dadurch unabhängiger von den Niederlanden wird, können die Niederlande es sich in politischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht keinesfalls leisten, ihren direkten Nachbarn zu ignorieren.

2.2.4 Tourismus

Aus touristischer Sicht sind seit dem Millenniumswechsel positive Entwicklungen zu betrachten. Durchschnittlich hat die Zahl der Nächte, die Niederländer in Deutschland verbringen, mit 3,9 Prozent jährlich zugenommen (ANP, 2011). Anhand einer Untersuchung „Continu Vakantie Onderzoek“ vom *NBTC-NIPO Research* zum Urlaubsverhalten der Niederländer hat sich herausgestellt, dass Deutschland 2011 wiederum das beliebteste Urlaubsziel der Niederländer war (NBTC-Nipo Research, 2011). Dieser Trend setzt sich schon seit 2007 fort, seitdem Deutschland Frankreich als beliebtestes Urlaubsziel vom ersten Platz verstoßen hat (ANP, 2012a). Um Deutschland als Reiseziel besondere Aufmerksamkeit zu schenken, hat die niederländische Zeitung *De Telegraaf* im Sommer 2012 sogar eine 15-seitige Reisezeitung mit dem Titel „Dol op Duitsland“ (Verrückt nach Deutschland) an Deutschland gewidmet (Pereboom Voller, 2012).

Deutschland ist vor allem bei den Kurzurlaubern beliebt. Die populärsten Zielgebiete sind die Mosel, das Sauerland, die Eifel sowie die Hauptstadt Berlin. In der Sparte des Winterurlaubs rangiert Deutschland an zweiter Stelle nach Österreich (NBTC-Nipo Research, 2011). Große Anziehungspunkte sind außerdem die Weihnachtsmärkte in verschiedenen Großstädten sowie das Oktoberfest in München. Ein auffallender Trend in den Niederlanden ist der, dass in den vergangenen Jahren zunehmend vom Oktoberfest inspirierte Events organisiert werden, die das deutsche Konzept beispielsweise anhand von Einrichtung, deutschem Essen, deutschem Bier, deutscher Kleidertracht (Lederhose und Dirndl) und deutscher Musik so ähnlich wie möglich zu imitieren versuchen. Darüber hinaus wird im kommenden Oktober in Sittard bereits zum 8. Mal

ein sechstägiges 'Oktoberfest' organisiert, das von ca. 250.000 erwarteten Menschen besucht wird (DNHK, 2010).

Für die positive Außenwirkung in den letzten 12 Jahren von Deutschland als Reiseziel, gibt es verschiedene Gründe. Erstens ist es, anders als in den 1990er Jahren, kein Tabu mehr, einen Urlaub in Deutschland zu machen, da das Nachbarland sozusagen von vielen Niederländern als Urlaubsziel neu entdeckt wird (Von Funnekotter, 2008). Zweitens schränken viele Leute sich aufgrund der Wirtschaftskrise im Urlaub ein. Gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten geben viele Menschen weniger Geld für den Urlaub aus. Bei den Niederländern ist zu beobachten, dass sie nicht mehr unbedingt weit weg vom eigentlichen Zuhause Urlaub machen und in diesem Bereich auch nicht mehr bereit sind, viel Geld auszugeben (NBTC-Nipo Research, 2011). Das im Vergleich zu den Niederlanden günstige PreisLeistungsverhältnis in Deutschland, vor allem in Bezug auf Essen gehen, Lebensmittel und Kosmetikprodukte, macht Deutschland in vielerlei Hinsicht zu einem attraktiven Reiseziel (Wenckemedia, 2012).

2.2.5 „Made in Germany“

Das Label „Made in Germany“, das mit den Begriffen Qualität, Gründlichkeit und Zuverlässigkeit assoziiert wird, genießt international hohes Ansehen (Habraken, 2012). Auch in den Niederlanden haben deutsche Produkte einen guten Ruf, und in den letzten Jahren ist sogar ein Trend zu beobachten, der offenbart, dass sie immer mehr an Beliebtheit gewinnen (Wenckemedia, 2012). Deutsche Lebensmittel wie u.a. Bier, Wein, Wurst und Sauerteigbrot werden immer häufiger in den niederländischen Supermärkten angeboten. Auch Discounter wie Aldi und Lidl, die viele Produkte von deutschen Herstellern bereithalten, sind gerade durch ihr günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis in den Niederlanden vielbesucht.

Deutsche Autos sind auch sehr beliebt in den Niederlanden. Mehr als ein Drittel der Niederländer kauft ein deutsches Auto im Neuwagen-Segment. In der Sparte der Gebrauchtwagen sind die sogenannten „Premiumbrands“ wie Mercedes-Benz, BMW und Audi am populärsten (De Rooy, 2012 / Marktplaats, 2012). Das noch immer existierende altmodische Image Deutschlands wird also immer mehr in den Hintergrund gedrängt (Wenckemedia, 2012). Das Preis-Leistungs-Verhältnis deutscher Produkte spielt eine wichtige Rolle bei der Entscheidung für dessen Wahl. Im Grunde genommen besitzen deutsche Produkte eine gute Qualität für einen, im Vergleich zu niederländischen Produkten, relativ günstigen Preis (Savelberg, 2012).

2.2.6 Positive Ereignisse in Deutschland

Obwohl Länderimages grundsätzlich stabile Wahrnehmungen sind, die sich nur langsam ändern, können positive Ereignisse in Bezug auf ein Land, abhängig von ihrer Wirkung, einen positiven Einfluss auf das jeweilige Länderimage ausüben. So hat z. B. Deutschland mit den gut organisierten Weltmeisterschaften 2006 alle Erwartungen übertroffen und damit weltweit viele Sympathien gewonnen (De Jonge, 2006). Der Erfolg der Weltmeisterschaften war für Deutschland viel mehr mit internationalem Ansehen als mit einem Sieg verbunden. Obwohl es für Deutschland nicht für den Weltmeistertitel reichte, waren die Deutschen fröhlich und gastfreundlich.

Verschiedene Experten, die anhand von Studien kurz vor und nach den Weltmeisterschaften nachgewiesen haben, dass Deutschland weltweit eine hohe Steigerung der Wertschätzung erworben hat, reden sogar über eine anhaltende Imageverbesserung (Kuper, 2007). Im Falle Deutschlands sind die Chancen, dass diese Imageverbesserung anhält, gut, weil das zuvor existierende Deutschlandbild in mancherlei Hinsicht als veraltet galt und nicht die gegenwärtige Situation widerspiegelt (ibid.).

2.3 Erläuterung zum Deutschlandbild in den Niederlanden

Obwohl in den Niederlanden noch immer das Klischeebild vom dicken, unfreundlichen, arroganten und humorlosen Deutschen, der sich vor allem durch kräftigen Konsum von Bier und Bratwurst auszeichnet, existiert, bestimmt es das tatsächliche Deutschlandbild der Niederländer nur in geringem Maße mit. Stereotype Aussagen wie beispielsweise von einem Korrespondenten der Zeitung *De Volkskrant* in einem Artikel über die deutsche Küche: „Die Küche ist, wie ihre Bewohner, fett und traditionell“, werden bleibend vorkommen, aber sie sagen nicht viel aus über das wirkliche Deutschlandbild, das in den Niederlanden existiert (Westerlaken, 2009: 1). Verschiedene Untersuchungen haben nämlich gezeigt, dass viele Niederländer mit der in der Gesellschaft immer noch anzutreffenden antideutschen Haltung nicht einverstanden sind. So stellte z. B. eine Studie von Intomart GfK im Jahr 2007 heraus, dass sich in den Niederlanden im letzten Jahrzehnt eine positivere Meinungsbildung über Deutschland entwickelt hat (Trommelen, 2007). Dem niederländischen Deutschlandbild liegen verschiedene Ursachen zugrunde. Wie schon vorher beschrieben, kommen verschiedene, sogar gegensätzliche Images, über Deutschland parallel vor. Welche Images oder Kombinationen von Images gültig sind, „is subject to the taste and historical circumstances of the moment and will therefore vary over time“ (Beller, 2007b: 395). Manfred Beller erläutert das vielseitige Länderimage anhand der folgenden fünf Faktoren, die ein jeder innerhalb eines Landes aus einer anderen Perspektive beobachtet.

2.3.1 Historischer Rahmen

Wie sich in Abschnitt 2.1. herausstellte, sind eingeschliffene Vorstellungen schwierig zu ändern, weil die Kraft der kulturellen Tradition groß ist. Der Zweite Weltkrieg hat sich als kulturelles Erbgut in der Meinungsbildung der Niederländer verfestigt. Im Allgemeinen ist diese Sichtweise bei den älteren Generationen, vor allem bei den Leuten, die stark unter dem Krieg gelitten haben, stärker ausgeprägt, als bei den jüngeren Generationen. Die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Kultur und Generation spielt also eine maßgebliche Rolle für die Einstellung zu anderen Ländern, in diesem Fall in Bezug auf Deutschland (Müller, 1995: 18). So werden bestimmte stereotype Bilder und Klischees über Deutschland in der Öffentlichkeit (u.a. über die Medien, Bücher, Filme, Kunst und Kultur oder die mündliche Überlieferung) kolportiert (Müller, 1995: 18).

2.3.2 Die Gangbarkeit der kollektiven Meinungsbildung

Die Stereotype und Klischees, die in der niederländischen Gesellschaft über Deutschland und die Deutschen existieren, rufen keine starken Emotionen mehr hervor. Wie schon erwähnt, ist in den vergangenen Jahren eine positive Veränderung gegenüber den Deutschen spürbar. Dik Linthout ist der Meinung, dass der Niederländer sich als stärker antideutsch ausgibt, als er es tatsächlich ist (Linthout, 2000: 30). Auch während der Deutschlanddebatte im Jahr 2010 vom Initiator Museum 'Boijmans van Beuningen' in Rotterdam über die Sichtweise der Niederländer zu Deutschland und den Deutschen wurde mit der antideutschen Haltung abgerechnet. Alle Teilnehmer, darunter der niederländische Kulturhistoriker Hermann von der Dunk, waren sich darüber einig, dass sich der Inhalt der antideutschen Einstellung im Laufe der Zeit verändert hat. Die Zeit, als es selbstverständlich war, dass man als guter Niederländer antideutsch war, haben wir schon längst hinter uns gelassen (Pittlik, 2010).

2.3.3 Die Berichterstattung

Ein wichtiger Grund für ein positiveres Deutschlandbild ist auch der Berichterstattung in der niederländischen Presse zu verdanken (Schürings, 2003: 23). Über die Berichterstattung über Deutschland in den Niederlanden kann gesagt werden, dass sie nuanciert und ausgewogen ist. Das war aber nicht immer der Fall. Bis in die 1980er Jahre wurde Deutschland in den niederländischen Medien immer aus dem Blickwinkel der Vergangenheit beurteilt (Lademacher, 2001: 66). Deutschlandkorrespondenten wurden aufgefordert, ihre Berichterstattung auf gängige Klischees abzustimmen. Es entstand eine verzerrte Darstellung der Realität, weil Informationen, die nicht mit diesem Bild in Einklang waren, bearbeitet oder ausgelassen wurden (ibid.: 68). 1994 wurde mit dem Journalistenstipendium, einer gemeinsamen Initiative des deutschen und niederländischen Auslandsministeriums, ein großer Schritt in Richtung einer gut informierten Berichterstattung gemacht. Anlass für den Journalistenaustausch waren die erschütternden Ergebnisse der Clingendaelstudie 1993 und die „Ich-bin-wütend-Kartenaktion“ von niederländischer Seite im gleichen Jahr, wobei 1,2 Millionen Karten als Protest gegen die Brandanschläge von Rechtsradikalen auf Türken in Solingen an die Bundesregierung geschickt wurden (Meines en Partners, 2008). Dass aber hunderttausende Menschen auf der Straße gegen die Anschläge protestierten und die Tat in den deutschen Medien verabscheut wurden, traf in den niederländischen Medien nicht auf Aufmerksamkeit. Stattdessen wurde in den Niederlanden der Eindruck erweckt, dass die Deutschen sich gleichgültig zeigten. Das Journalistenstipendium hat seitdem seinen Dienst erwiesen. Der Zeitung *De Volkskrant* kommt mit ihren Deutschlandkorrespondenten eine

besondere Rolle zu. So wurde 2004 Deutschland ein Artikel mit dem Titel „Bei uns ist alles besser, elf Gründe Deutschland zu lieben“ gewidmet, worin der Deutschlandkorrespondent Phillipe Remarque kurzen Prozess mit der kurzsichtigen Einstellung der Niederländer Deutschland und den Deutschen gegenüber macht. Auch im Sommer 2005 widmete die Zeitung diesem Phänomen eine Spezialausgabe von sogar 74 Seiten mit dem Titel „Duitsland is oké!“. Die Redakteure waren der Meinung, dass sechzig Jahre nach dem Krieg endlich mal Schluss sein sollte mit den Vorurteilen und den negativen Urteilen gegenüber Deutschland (Van Beukering, 2005).

2.3.4 Die geopolitische Distanz

Ansich ist eine Ambivalenz zwischen Nachbarländern, vor allem zwischen Ländern mit einer gemeinsamen historischen Vergangenheit wie den Niederlanden und Deutschland, relativ normal. Je umfangreicher die Begegnungen zwischen den Ländern sind, desto mehr Anlässe gibt es für Reibungen (Beller, 2007b: 395).

Es gibt verschiedene sozialpsychologische Erklärungen für das deutsch-niederländische Verhältnis. Eine Begründung für die negative Beurteilung der Deutschen ist die, dass die reservierte Haltung der Niederländer mit dem Gefühl verbunden ist, den Deutschen ähnlich zu sein (Thomas / Schlizio, 2007: 87). Allgemein gilt, je mehr Ähnlichkeiten bestehen, desto sympathischer ist man sich. Diese Behauptung trifft nicht für das deutsch-niederländische Verhältnis zu. Es ist aus Sicht eines Niederländers eine große Beleidigung, für einen Deutschen gehalten zu werden. Gerade weil Niederländer und Deutsche sich so sehr ähneln, will der Niederländer das betonen, was ihn vom deutschen Nachbarn unterscheidet. Dadurch besteht die Chance, dass die relativ kleinen Unterschiede, die vorhanden sind, als viel essentieller betrachtet werden, als sie tatsächlich sind (Linthout, 2000: 32). Die Niederländer haben einen Bedarf an Distanz gegenüber denjenigen, denen sie am ähnlichsten sind, wodurch eine „Gegenidentität“ geschaffen wird. Freud beschreibt, dass gerade Gemeinschaften, die aneinander grenzen und miteinander verwandt sind, einander gegenseitig verspotten. Dieses Phänomen nennt er den „Narzissmus der kleinen Unterschiede“ (ibid.).

Eine andere Erklärung ist im ungleichen Verhältnis zweier Nachbarstaaten zu finden. So stehen 16 Millionen Niederländer 82 Millionen Deutschen gegenüber und achten sehr darauf, dass der Einfluss des östlichen Nachbarn im eigenen Land nicht zu groß wird. Dik Linthout beschreibt dieses ungleiche Kräfteverhältnis als den „Calimero-Effekt“ (ibid.). In dem Zeichentrickfilm „Calimero“ wird anhand von einem kleinen Küken das ungleiche Kräfteverhältnis auf humorvolle Art beschrieben. „Bei einem derart ungleichen Verhältnis zweier Nachbarstaaten

sind die Beziehungen immer durch gewisse Spannungen belastet“ (Schürings, 2003: 25). Gerade weil die deutsch-niederländischen Beziehungen so eng sind, entsteht auf niederländischer Seite leicht der Eindruck von Abhängigkeit, wogegen sie sich abgrenzen wollen.

2.3.5 Politisches, wirtschaftliches und kulturelles Interesse

Die politische, wirtschaftliche und kulturelle Verbundenheit mit einem Land haben einen großen Einfluss auf das Image des bezüglichen Landes. Im Allgemeinen gilt, je größer das gegenseitige Interesse und die Beziehungen beider Länder sind, desto stärker werden Land und seine Bewohner vom anderen Land geschätzt. Wie schon mehrmals erwähnt, ist Deutschland sowohl in politischer als auch in wirtschaftlicher und kultureller Hinsicht ein sehr wichtiges Land für die Niederlande. Von dieser Perspektive aus wird das Deutschlandbild also sehr positiv beeinflusst.

2.4 Das Image der deutschen Sprache in den Niederlanden

Aufgrund der Besorgnis über die Zukunft des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht, sind in den vergangenen Jahren verschiedene Untersuchungen zum Image Deutschlands und der deutschen Sprache unter niederländischen Jugendlichen durchgeführt worden. Empirische Untersuchungen sind bei der Analyse des Images notwendig, weil ein Wertgefühl häufig auf persönlichen Einschätzungen beruht und deswegen schwer messbar ist. Die Ergebnisse der Untersuchungen geben einen Einblick in das Erlebnis niederländischer Jugendlicher des Faches Deutsch. Im Folgenden wird eine chronologische Übersicht dieser Untersuchungen gegeben, damit die Entwicklung der Einstellung niederländischer Jugendlicher zu Deutschland und zum Schulfach Deutsch anschaulich wird. Im Mittelpunkt dieser Untersuchungen steht, welche **Assoziationen** niederländischen Schüler mit Deutschland und den Deutschen haben und wie sie das Schulfach Deutsch erfahren.

2.4.1 Die Clingendael-Studien (1993, 1995 und 1997)

Im Jahr 1993 sorgte eine Untersuchung des niederländischen Instituts für Auslandbeziehungen „Clingendael“, über das Bild, welches niederländische Jugendliche von Deutschland und den Deutschen haben, für viel Aufregung in Deutschland und den Niederlanden. Mehr als 50 Prozent der 1800 befragten Jugendlichen im weiterführenden Unterricht hatten ein ausgesprochen negatives Deutschlandbild (Schürings, 2003: 21). Sie fanden Deutsche arrogant und kriegslustig und sahen Deutschland als ein Land, das die Welt beherrschen will. Nur 20 Prozent sahen Deutschland als ein friedfertiges Land (Dekker et al., 1997: 9). Sowohl für die Deutschen als auch für die Niederländer war dieses Ergebnis schockierend. Keiner hatte erwartet, dass das Bild der niederländischen Jugendlichen gegenüber Deutschland und den Deutschen so negativ ausfällt. Eine mögliche Erklärung lag in dem Zeitpunkt der Untersuchung. Diese fand nämlich kurz nach den Brandanschlägen auf Türken und Asylbewerber in Solingen statt. Als Reaktion auf die Brandanschläge in Solingen hatten über eine Million Niederländer eine vorgedruckte Postkarte mit der Aufschrift „Ich bin wütend“ an den deutschen Bundeskanzler geschickt (Schürings, 2003: 17). Die Befragten waren also möglicherweise wegen der aktuellen niederländischen Berichterstattung schneller geneigt, Deutschland und die Deutschen als weniger freundlich zu charakterisieren. Hierdurch entstand ein übertrieben negatives Bild von den Deutschen. In Deutschland verfestigte sich dadurch immer mehr das Klischee des antideutschen Niederländers (Schürings, 2003: 21). Die Sorge über negative Auffassungen dem anderen gegenüber war ein Stimulus für viele

gemeinsame Initiativen der niederländischen und deutschen Regierung zur Verbesserung der gegenseitigen Beziehungen (vgl. Groenewold, 2000: 237). Um mögliche Veränderungen in den internationalen Beziehungen registrieren zu können, wurden zwei weitere Erhebungen vorgenommen, die in den Jahren 1995 und 1997 stattfanden. Mithilfe derselben Fragen wie im Jahr 1993 wurde untersucht, wie niederländische Jugendliche über andere EU-Länder, im besonderen Deutschland, dachten (ibid.: 5). Es gab wie beim ersten Interview Fragen über die allgemeine Einschätzung gegenüber Deutschland, über Klischees und Stereotypen und über den direkten Kontakt mit Deutschland. Emotionsfragen bildeten einen neuen Aspekt in der Untersuchung.

Im Jahr 1995 nahmen mehr als 1000 Jugendliche im weiterführenden Unterricht aus dem ganzen Land an der Untersuchung teil. Im Vergleich zur ersten Studie war die Einstellung gegenüber Deutschland weniger negativ, ebenso wie die Klischees und Stereotype. Andererseits bekam Deutschland innerhalb dieser Untersuchung erneut die niedrigsten Sympathiewerte und erhielt das Land die höchste Prozentzahl an negativen Einstellungen (ibid.: 10).

Zwei Jahre später, im Jahr 1997, fand bereits die dritte Clingendael-Untersuchung statt, die der Hauptfrage nachging, ob sich die Einstellung gegenüber Deutschland mittlerweile positiv geändert hatte (ibid.: 11). An der Untersuchung nahmen 1211 Jugendliche aus 13 Schulen teil. Zum dritten Mal war Deutschland das Land mit der höchsten Prozentzahl an negativen Sichtweisen (38 Prozent) sowie den niedrigsten Sympathiewerten. Wie in den vorherigen Untersuchungen bekam Deutschland die niedrigste Präferenz als potentielles Nachbarland. Und wieder bekamen die Deutschen in Bezug auf Arroganz, Kriegslustigkeit und Dominanz die höchsten Ergebnisse und in Bezug auf Gemütlichkeit, Freundlichkeit und „umgänglich sein“ die niedrigsten (ibid.: 38).

Im Allgemeinen hatten sich Sichtweisen, Bilder und Emotionen in Bezug auf Deutschland wenig geändert und ergaben in jeder Untersuchung den gleichen Konsens an Antworten. Die Emotionen, die durch die Vergangenheit bestimmt werden, scheinen in der Untersuchung die wichtigste Erklärung für die Einstellungen zu sein (Dekker et al., 1997: 7).

2.4.2 Die Untersuchung der Stiftung „Platform Duits“ (2004)

Die Stiftung „Platform Duits“ hat 2004 in Zusammenarbeit mit dem Goethe-Institut, der Stiftung „Deutsch macht Spaß“ und dem „Duitslandprogramma“ eine Untersuchung zur Position der deutschen Sprache in der niederländischen Gesellschaft, im Bildungswesen und in Geschäftsunternehmen durchgeführt. Anhand von telefonischen Umfragen ist eine stark variierende Gruppe von Jugendlichen im weiterführenden Unterricht, bei Niederländern

mittleren Alters, Deutschlehrern, Schulleitern und Unternehmern befragt worden. Anlass für die Untersuchung war die Sorge der Lehrer und Schulleiter in Bezug auf die Zukunft des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht (Sneller, 2004: 2).

Über die Frage, ob die Schüler das Fach Deutsch aus freiem Willen wählen würden, waren die Meinungen geteilt. Etwas weniger als die Hälfte der Schüler würden das Fach aus freiem Willen wählen und etwas mehr als die Hälfte nicht.

Als Gründe für die Wahl des Fachs wurden genannt, dass Deutsch einfach (einfacher sei als Französisch), wichtig und nützlich ist und dass die Sprache Spaß macht. Die Gründe, die gegen die Wahl des Fachs sprachen, zeigten das genaue Gegenteil, nämlich: schwierig, zu viel Grammatik, langweilig, „macht keinen Spaß“ und „nicht nötig in der Zukunft“ (ibid.: 5).

Anhand der Untersuchung ist herausgekommen, dass viele Schüler außerschulische Erfahrungen mit Deutschland gemacht haben oder daran interessiert sind. So waren 80 Prozent der Befragten schon einmal in einem deutschsprachigen Land und sprechen 40 Prozent ab und zu Deutsch (die meisten im Urlaub und ein Drittel während einer Klassenfahrt mit der Schule) (ibid.: 6). Auch würde es einer Mehrheit der Schüler (65 Prozent) Spaß machen, deutschen Altersgenossen zu begegnen und an Austauschaktivitäten teilzunehmen (60 Prozent) (ibid.: 6). Auffallend war die große Zahl an negativen Assoziationen zum Deutschunterricht, welche die Schüler anhand einer offenen Frage nannten. Am häufigsten wurde die Langweile des Faches und der Lehrer genannt. Als spezifischere negative Merkmale wurden das Lernen von Wörtern, der Kasus, die Grammatik, das Lesen von Texten, die Schwierigkeit der Sprache und die Lehrbücher genannt. Die Assoziationen, die bei Schülern aufkommen, wenn sie an Deutschland denken, sind gemischt. Am häufigsten genannt wurden: Bier, Wurst, der Zweite Weltkrieg, Hitler, Urlaub und die Berge (ibid.: 6).

Aus Befragungen mit Lehrern und Schulleitern stellte sich heraus, dass sie sich Sorgen um die Entwicklungen im Bildungswesen machen, die einen Bezug zum Fach Deutsch besitzen (ibid.: 8). Die Einführung der neuen Bildungsreform (Tweede Fase) wurde als größter Grund zur Besorgnis genannt (darunter die Teilung des Faches Deutsch, die seit der neuen Bildungsreform 2007 abgeschafft wurde). Der Rückgang des Interesses am Fach Deutsch kam an zweiter Stelle, und als dritter Grund wurde die Abnahme fachkundiger Deutschlehrer genannt.

In der Untersuchung wird die Bedeutung der deutschen Sprache von Unternehmern bestätigt, die meinen, dass die deutsche Sprache (36 Prozent) nach der englischen (40 Prozent) an zweiter Stelle steht (ibid.: 13). Auch ein Viertel der Niederländer im mittleren Alter gaben an, dass sie die deutsche Sprache oft während ihrer Arbeit sprechen (ibid.: 3).

2.4.3 Die Untersuchung vom Duitsland Instituut Amsterdam (2010)

Das Duitsland Instituut Amsterdam (DIA) hat 2010 im Auftrag des Ministeriums für Unterricht, kulturelle Angelegenheiten und Wissenschaft anlässlich der beunruhigenden Situation des Studiums und Faches Deutsch an Hochschulen und Universitäten eine Untersuchung¹⁰ zu Sichtweisen von Schülern in Bezug auf Deutschland und das Fach Deutsch durchgeführt. An dieser Befragung nahmen insgesamt 1071 Schüler von 14 weiterführenden Schulen aus den dritten und vierten Klassen der Havo und Vwo mit oder ohne Deutsch in ihrem Stundenplan teil. Die Untersuchung wurde anhand eines digitalen Fragebogens und eines Interviews durchgeführt (DIA, 2010: 17). Die Ergebnisse des digitalen Fragebogens und der Interviews stimmen in vielerlei Hinsicht überein und geben einen guten Einblick in das Deutschlandbild niederländischer Schüler, ihrer Einstellung zur deutschen Sprache und ihren Erlebnissen im Schulfach Deutsch (ibid.: 33).

Bei den Fragen zum Thema Deutschland und der deutschen Sprache fiel insbesondere auf, dass die Meinungen sehr geteilt sind. Herausstechend ist das Ergebnis, dass 61 Prozent der Befragten angeben, die deutsche Sprache nicht schön zu finden und sogar 71 Prozent konstatieren, gar keinen persönlichen Bezug zu Deutschland zu haben (ibid.: 25). Auch das Wissen über Deutschland lässt zu wünschen übrig (ibid.: 41). Andererseits geben 29 Prozent an, dass sie eine Verbindung zu Deutschland haben (z. B. Familie, Urlaub, deutsche Kultur / Geschichte / Musik). Darüber hinaus waren 47 Prozent der Befragten schon mehr als fünf Mal in Deutschland (ibid.: 24).

Auf die Frage, warum sie sich für das Fach Deutsch entschieden haben, antworteten viele Schüler, dass es eine Wahl zwischen Deutsch und Französisch gab. Von den Schülern, die Deutsch gewählt haben, gaben 37 Prozent an, das Fach gewählt zu haben, weil die Sprache einfach ist und 46 Prozent, weil sie für die Zukunft nützlich sei. Die Schüler, die sich für Französisch entschieden haben, äußerten sich dahingehend, dass Deutsch eine hässliche und eine aufgrund der Grammatik schwierige Sprache sei (ibid.: 26).

Was die Praxis des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht betrifft, gibt es vonseiten der Schüler verschiedene Arten von Kritik. Im Allgemeinen halten 40 Prozent der Schüler den Deutschunterricht für uninteressant. Sie sind der Meinung, dass die Unterrichtsstunden zu stark nach einem festen Schema ablaufen und wenig Variationen umfassen (ibid.: 42). Die Mehrheit der Schüler (56 Prozent) bevorzugt deswegen mehr Raum für spezielle Aktivitäten innerhalb der Unterrichtsstunde (z. B. deutsche Lieder anhören oder deutsche Filme anschauen). 51

¹⁰ Belevingsonderzoek Duitsland Instituut Amsterdam:
<http://www.duitslandinstituut.nl/art/uploads/files/2011/Rapport%20belevingsonderzoek.pdf>.

Prozent möchten mehr über aktuelle Entwicklungen unterrichtet werden und 37 Prozent über Landes- und Kulturinformationen. Auch wären viele Schüler an einer Studienreise oder einem Schüleraustausch interessiert (DIA, 2010: 27). Lediglich zwischen 10 und 20 Prozent der Schüler hatten die Möglichkeit, an einem Ausflug in ein deutschsprachiges Land teilzunehmen (ibid.: 43). Anhand der Interviews ist aber zusätzlich herausgekommen, dass eine beträchtliche Zahl an Schülern folgende Bedenken hat: Unsicherheit in Bezug auf die Deutschkenntnisse sowie einem größeren Interesse an Studienreisen und Schüleraustauschen mit exotischeren Ländern. Als Argument für das geringe Interesse führen sie an, dass deutsche und niederländische Jugendliche sich sehr ähneln (ibid.: 41).

Etwas Auffallendes, was die Untersuchung ergab, war der Gebrauch der Zielsprache in den Deutschstunden. 61 Prozent der Deutschlehrer sprechen weniger als ein Viertel der Unterrichtszeit Deutsch und 10 Prozent sprechen sogar nie Deutsch. 91 Prozent der Schüler gaben an, nie oder nur manchmal während der Deutschstunde Deutsch zu sprechen, obwohl 37 Prozent gerne mehr Deutsch sprechen würden (DIA, 2010: 28). Obwohl 41 Prozent der Schüler sich in den Deutschstunden langweilen, gibt eine Mehrheit (59 Prozent) an, mit ihrem Deutschlehrer zufrieden zu sein (ibid.: 26).

In Bezug auf die Zukunft ist ziemlich vielen Schülern bewusst, dass die deutsche Sprache im Alltag hilfreich wäre (44 Prozent) und dass sich ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt durch die Deutschkenntnisse vergrößern würden (40 Prozent). Weil viele Schüler der Meinung sind, dass Deutsch vor allem im Wirtschaftsbereich nützlich ist, besitzt die deutsche Sprache in den Augen vieler Lernenden ein „Geschäftsimago“ (ibid.: 42). Dahingegen ist ein ziemlich großer Teil (45 Prozent) der Meinung, die deutsche Sprache in Zukunft nicht zu benötigen (ibid.: 29). Dies ist ein nicht zu unterschätzender Punkt, denn die Untersuchung hat ergeben, dass 88% der befragten Schüler ein Schulfach, das wichtig für ihr zukünftiges Studium oder die Arbeit ist, bevorzugen. Wenn sie den Sinn des Faches Deutsch nicht einsehen, werden sie diese Option demnach in erster Instanz auch nicht wählen.

In den Interviews mit den Schülern wurde nach ihren Assoziationen mit Deutschland und den Deutschen gefragt. Die meistgenannten Assoziationen waren: Nachbarland, großes/wichtiges Land für die Niederlande, Fußball, Bier, Wurst, Berlin, Geschichte (Zweiter Weltkrieg, Fall der Mauer) und Angela Merkel (ibid.: 34). Die Bilder, die mit Deutschland assoziiert werden, sind im Gegensatz zu den bisherigen Untersuchungen also relativ neutral und allgemein.

Was auffällt ist, dass kaum ein Werturteil gegenüber Deutschland und den Deutschen geäußert wird. Hinweise zum Zweiten Weltkrieg, die in früheren Untersuchungen vor allem als Gründe für negative Urteile gegeben wurden, sind in dieser Untersuchung eher mit einem Interesse an

der Geschichte Deutschlands verbunden (ibid.).

In den Medien haben viele Parteien ihre Bedenken über die Ergebnisse der Untersuchung des Instituts ausgesprochen. So befürchtet z. B. die Deutsch-Niederländische Handelskammer (DNHK), dass mit dem niedrigen Interesse am Fach Deutsch weniger Schüler nach dem weiterführenden Unterricht Deutsch wählen werden, obwohl zukünftig eine ganze Generation an Deutschlehrern in Rente gehen wird (Domevscek, 2011). Laut der DNHK muss der Sprachunterricht an niederländischen Schulen dringend reformiert werden. Darüber hinaus brauchen Schüler Anreize, um die deutsche Sprache zu lernen (Gutheil, 2011a: 75).

Im Februar 2011 wurde vom DIA eine Tagung „Zukunftsfach Deutsch“ organisiert, wobei Vertreter von Hochschulen und Universitäten aus dem weiterführenden Unterricht und dem Geschäftsleben über die Probleme diskutiert haben (Pittlik, 2011a). Auch ist, als eine Antwort auf die Untersuchung des DIA, von vier wichtigen Organisationen, die sich mit der deutschen Sprache beschäftigen (dem DIA, dem Goethe Institut Niederlande, der Deutschen Botschaft in den Haag und der DNHK), eine neue Initiative, die „Aktionsgruppe Deutsch“, ins Leben gerufen worden. Diese Gruppe macht sich Gedanken über den Rückgang der Deutschkenntnisse in den Niederlanden und warnt vor den Konsequenzen, die mit dem Verlust der Sprachkenntnisse einhergehen. **Ziel** der Aktionsgruppe ist es, niederländische Schüler wieder für die deutsche Sprache zu begeistern, sodass die Wahl des Fachs erneut zur bewussten Entscheidung wird (Koekoek, 2011).

2.4.4 Schlussfolgerung

Was hat sich in der Einstellung niederländischer Jugendlicher zu Deutschland, den Deutschen und zum Schulfach Deutsch geändert? Seit dem Auftreten der beunruhigenden Ergebnisse der Clingendael-Studie 1993 sind im Laufe der Jahre verschiedene Untersuchungen zum Deutschlandbild niederländischer Jugendlicher gemacht worden. Obwohl die Forscher die negative Berichterstattung über Deutschland als eine mögliche Erklärung sahen, erwiesen die Untersuchungen des Clingendael Instituts 1995 und 1997 ein stabiles negatives Deutschlandbild niederländischer Jugendlicher.

Die Untersuchung vom Stichting Platform Duits im Jahr 2004 sowie die aktuelle Untersuchung vom DIA im Jahr 2010 zeigen, dass von einem sehr negativen Deutschlandbild, wie es die Clingendael-Studien proklamierten, schon längst nicht mehr die Rede ist. Anhand der Entwicklung ist demnach zu schlussfolgern, dass das Deutschlandbild niederländischer Jugendlicher sich positiv verändert hat. Trotzdem erweisen beide Untersuchungen eine bestimmte Gleichgültigkeit gegenüber Deutschland und dem Schulfach Deutsch. Durch die

Antworten auf Fragen, was die Gründe für und gegen die Wahl des Schulfachs Deutsch (einfaches/schwieriges Fach, interessantes/langweiliges Fach, wichtig/unwichtig für die Zukunft) seien und wie die Sichtweise der Schüler in Bezug auf den Deutschunterricht (schöne/hässliche Sprache, einfache/schwierige Sprache, interessanter/langweiliger Unterricht) sei, fällt auf, dass die Meinungen sehr geteilt sind. Es stehen fast genauso viele Schüler positiv wie auch negativ dem Fach gegenüber. Aufgrund der Untersuchung des DIA gibt eine auffallend große Anzahl (71 Prozent) an, persönlich gar keinen Bezug zu Deutschland zu haben. Bei der Beschreibung, welche Assoziationen die Schüler mit Deutschland, mit den Deutschen und mit dem Schulfach Deutsch haben, wird in beiden Untersuchungen auf Stereotype und Klischees zurückgegriffen. Es geht dabei vor allem um Äußerungen, die einen Bezug auf Ess- und Trinkgewohnheiten, äußerliche Merkmale und allgemeine Eigenschaften (wie unter anderem gastfreundlich, arrogant, pünktlich) haben. Hinweise zum Zweiten Weltkrieg gibt es auch noch, aber sie sind nicht mehr bestimmend für das Deutschlandbild.

Anhand der weder positiven noch negativen Emotionen, die bei den Schülern beim Thema „Deutschland und die Deutschen“ in den Untersuchungen geweckt werden, kann gefolgert werden, dass negative Sichtweisen niederländischer Jugendlicher gegenüber Deutschland, den Deutschen und dem Schulfach Deutsch für eine uninteressierte Einstellung Platz gemacht hat. Das Wegfallen der negativen Stereotype hat zu einer Normalisierung geführt. Das Ergebnis der DIA-Untersuchung, woraufhin viele Schüler der Meinung sind, dass die Niederlande und Deutschland sich durch ihre Nähe und Verwandtschaft ähneln, verleiht dieser Schlussfolgerung noch mehr Nachdruck.

2.5 Mögliche Gründe für das Deutschlandbild niederländischer

Jugendliche

Es gibt verschiedene Faktoren, die einen Einfluss auf das Deutschlandbild niederländischer Jugendliche ausüben. Als wichtiger Grund für die Situation der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht wird die seit Ende der neunziger Jahren von der niederländischen Regierung eingeführte Bildungsreform, die sogenannte 'Zweite Phase', für die Examensjahre der Havo (entspricht der deutschen Realschule/ Fachoberschule) und der Vwo (entspricht das Gymnasium), gegeben (Sneller, 2004: 8). Vor dieser Bildungsreform war die Stundenzahl des Faches Deutsch erheblich höher und war es einfach nicht möglich eine zweite Fremdsprache abzuwählen. Durch die Einführung der Profilen gibt es mehr Konkurrenz von anderen Fächern und wird das Fach Deutsch im Havo und im Gymnasium nicht mehr als Hauptfach, sondern nur noch als Nebenfach, angeboten (ibid.). Die Bedeutung des Faches nimmt dadurch nur weiter ab.

Neben der Einführung der neuen Bildungsreform, wird die Dominanz der englischen Sprache in der niederländischen Gesellschaft als Grund für die Abnahme des Interesses an der deutschen Sprache genannt (ibid.). Als es in den Niederlanden in den 70er und 80er Jahren nur noch den Staatsfernsehen gab, war es für viele Niederländer ganz üblich deutsches Fernsehen zu schauen (Van Veelen, 2009). Das Fernsehen hat auf diese Weise in den Niederlanden eine bedeutende Rolle bei der Entwicklung der Deutschsprachkenntnisse gespielt (Verhaag, 2004: 5). Weil Kinder von klein auf von der deutschen Sprache umgeben wurden, wurden sie sozusagen in die deutsche Sprache ‚eingetaucht‘. Heutzutage wird das Europäische Fernsehen von amerikanischen und englischen Serien und (Zeichentrick-)Filme überflutet und ist die Deutsche Sprache eine richtige Fremdsprache geworden, die in wenig Zeit erworben werden soll (Van Veelen, 2009).

Ein weiterer Grund ist das Image des Faches Deutsch. Das Unterrichtsfach hat in den Niederlanden von alters her das Image wegen seiner umfangreichen Grammatik schwierig und langweilig zu sein und kommt mühsam davon los (DIA, 2010: 39). Auch das Image, dass man nur Deutschlehrer werden kann wenn man Deutsch studiert, steht eine Wahl für ein Deutsch Studium für viele Studenten im Wege (Van Veelen, 2008: 6). Paul Goossen bedauert es, dass diese veraltete Bilder heutzutage noch immer in den Köpfen von vielen Menschen anwesend sind und auch in den Medien noch skizziert werden, weil sich seiner Meinung nach seit den achtziger Jahren viel im Deutschunterricht geändert. Das Fach soll mit einer Zunahme des kommunikativen Anteils viel mehr auf die Praxis gerichtet sein, damit die

Schüler in einer deutschsprachigen Umgebung besser agieren können (Verhaag, 2004: 6). Im Folgenden werde ich verschiedene Informationsquellen für Jugendliche, die einen Anteil an der Gestaltung von bestimmten Bildern hinsichtlich anderer Völker haben, durchgehen. Am Anfang der Kindheit spielt die Umgebung, in der Kinder aufwachsen, eine wichtige Rolle bei der Entwicklung von ihrer Einstellung. Zuerst übernimmt das Kind viele Einschätzungen und Vorurteile über andere Völker von seinen Eltern, die bewusst oder unbewusst Bildern, in denen bestimmte Stereotypen bereits verinnerlicht sind, vermitteln (Flohr, 1995: 36). Im Falle des Deutschlandbildes niederländischer Jugendliche, kann es möglich sein, dass ein negatives Bild der Eltern (z.B. das negative Image des Deutschlehrers aus ihrer Zeit) oder das Bild der Großeltern (z.B. eine auf den Zweiten Weltkrieg zurückführende antideutsche Einstellung) ein Kind negativ beeinflusst (vgl. DIA, 2010: 39). Im Verlauf der weiteren Entwicklung des Kindes wird diese Rolle der Eltern immer mehr von anderen Bezugsgruppen (Freunden, Mitschüler, Dozenten) übernommen. Auf diese Weise werden das Kind schon von klein auf Bilder, die nicht zwangsläufig in Übereinstimmung mit der Wirklichkeit sind, vermittelt. Auch die Massenmedien spielen eine wichtige Rolle bei der Übertragung und die Instandhaltung von Stereotypen Bildern (Vis & Moldenhauer, 2000: 2). Vor allem das Internet ist heutzutage eine wichtige und einflussreiche Informationsquelle unter Jugendlichen.

Neben den Eltern und den Medien spielt der Unterricht als Informationsquelle eine wichtige Rolle für die Vorstellung von Schüler über einem Land (Meijer & Tholey, 1997: 3). Schulbücher und andere Bildungsmaterialien bilden den Leitfaden für den Unterricht, die die Bildung von Images bei Schüler beeinflussen. Schulbücher sind besonders wichtig, weil sie die ‚Autorität des Gedruckten‘ besitzen und weil sie häufig einer der ersten Bücher sind, die wir lesen (vgl. Flohr, 1995: 37). Beim Schulfach Deutsch ist es wichtig nachzugehen ob ein nuanciertes Deutschlandbild vermittelt wird. In welchem Maße werden z. B. verschiedene Inhalte Aufmerksamkeit gewidmet und welche Funktionen nehmen die Abbildungen ein (Meijer & Tholey, 1997: 5)? Weil die Inhalte in Schulbücher, wegen der Begrenzung der Unterrichtszeit, immer eine Simplifizierung der Wirklichkeit sind, werden für die Erläuterung und Erklärung anderer Völker oft Stereotype und Klischees benutzt (Rigney, 2007c: 418). Dabei besteht aber die Gefahr, dass eine recht einseitige Vorstellung und dadurch ein unrealistisches Bild des jeweiligen Landes entsteht. Es ist deswegen eine wichtige Aufgabe des Lehrers dies im Auge zu behalten und den Schülern zu vermitteln, dass eine Fremdsprache im allgemeinen von der Perspektive der eigenen Kultur aus unterrichtet wird. Der Deutschlehrer spielt also eine wichtige Rolle in der Übertragung des Lehrstoffes an

niederländische Jugendliche. Die Gestaltung der Unterrichtsstunden und die Art und Weise wie er unterrichtet werden von ihm bestimmt. Es ist seine Aufgabe Interesse für das Fach und das Land zu wecken und die Bedeutung der deutschen Sprache für die Niederlande an den Schülern deutlich zu machen. Er soll ein möglichst nuanciertes Deutschlandbild vermitteln. Über die Qualität des Lehrers ist in den letzten Jahren von verschiedenen Seiten Kritik geäußert. Laut Anthony Visser, Hochlehrer Deutsch an der Universität Leiden, gibt es schon seit Jahren einen Mangel an qualifizierten Deutschlehrern. Sie ist der Meinung, dass das Unterrichtsfach Deutsch im Laufe der Zeit am meisten darunter leiden wird und befürchtet ein *circulus vitiosus*: Um Schüler für das Fach Deutsch zu begeistern sind gute Deutschlehrer erforderlich, aber daran gibt es einen Mangel (Van Veelen, 2009). Auch Paul Goossen, macht sich Sorgen über die große Zahl der unbefugten Deutschlehrer und spricht sich für eine Pflicht zur Fortbildung aus. Seiner Meinung nach werden die Fachkenntnisse kaum geprüft, weil die Nachfrage nach Deutschlehrern so groß ist (Verhaag, 2004: 7). Auch in der Untersuchung vom DIA haben die Schüler ihre Unzufriedenheit über die Gestaltung der Deutschstunden geäußert. Eine Mehrheit der Schüler befürwortet mehr Abwechslung, mehr Aktualität und spezielle Aktivitäten (u.A. Auslandsreisen) im Deutschunterricht (DIA, 2010: 44). Auch würden mehr als ein Drittel der Schüler gerne mehr Deutsch sprechen in den Deutschstunden (ibid.: 28). Dies alles sind nicht zu unterschätzende Punkte, denn aus der Untersuchung vom DIA ist nämlich herausgekommen, dass Schüler für das Fach Deutsch wählen, wenn der Lehrer beliebt ist bei den Schülern und die Unterrichtsstunden Spaß machen (ibid.: 39). Als letzte Informationsquelle wobei Kinder mit Deutschland in Berührung kommen, wird der Geschichtsunterricht genannt. Die Geschichte des Zweiten Weltkrieges ist im Schulcurriculum mehrmals angegeben, mindestens einmal in der Grundschule und mindestens einmal im weiterführenden Unterricht. Die Geschichte der Bundesrepublik Deutschland wird dagegen erst in der Oberstufe des weiterführenden Unterrichts behandelt. Weil der Schwerpunkt der deutschen Geschichte auf dem Zeitraum 1933-1945 liegt, besteht die Gefahr, dass bei den Schülern ein unausgewogenes und verzerrtes Bild von Deutschland entsteht (Boekraad, 2001: 69).

3. Das Image der deutschen Sprache nach Ansicht deutscher Organisationen in den Niederlanden

Im Hinblick auf meine Ergebnisse habe ich eine eigene Untersuchung mittels Interviews mit Personen verschiedener Organisationen in den Niederlanden durchgeführt, die sich mit der deutschen Sprache eingehend beschäftigen. Diese Befragungen hatten zum Ziel, einen Einblick darin zu gewinnen, wie die Sicht der Informanten auf das gegenwärtige Deutschlandbild in den Niederlanden ist, wie sich die heutige Situation der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht in den Niederlanden darstellt und welche Faktoren dafür verantwortlich sind. Ebenso bestand das Bedürfnis, einen Überblick über die Aktivitäten und Maßnahmen zu erhalten, die vonseiten der Organisationen ergriffen werden, um die deutsche Sprache im weiterführenden Unterricht zu fördern.

Jeweils ein Vertreter der nachfolgenden Organisationen wurde infolgedessen interviewt:

- Das "Duitsland Instituut Amsterdam"
- Das "Goethe Institut"
- Die Arbeitsgruppe "Deutsch macht Spaß"
- Der Deutschlehrerverband "Levende Talen" (Lebende Sprachen)

3.1 Methodologische Überlegungen

3.1.1 Das teilstandardisierte Interview

Weil der Begriff Image innerhalb dieser Arbeit eine zentrale Position einnimmt, war es für die Vertiefung meiner Untersuchung sehr hilfreich, ein qualitatives Tiefeninterview infolge der bisherigen theoretischen Erkenntnisse hinzuzufügen. Wie der Name bereits ausdrückt, zielt das Tiefeninterview darauf ab, detailliertere Antworten offenzulegen. Anhand eines qualitativen Interviews ist es möglich, Auffassungen, Meinungen und Verhaltensweisen von Personen oder Gruppen unter möglichst naturgetreuen Umständen herauszufiltern (Baarda, 2009: 125).

Es existieren im Hinblick auf das qualitative Interview verschiedene Befragungsmethoden, die sich im Grad ihrer Strukturierung unterscheiden. Aufgrund der Möglichkeit in punkto Befragungstechnik erschien mir das teilstandardisierte Interview als Kompromiss zwischen Offenheit und Strukturierung am passendsten. Das Interview ist durch einen Leitfaden zwar vorstrukturiert, aber ein offenes Vorgehen ist möglich, weil es weder in seinen Fragen noch in seinem Ablauf festgelegt ist.

3.1.2 Das Forschungsfeld

In der vorliegenden Analyse wird ein besonderer Nachdruck auf Meinungen und Ansichten der verschiedenen Organisationen in Bezug auf die Situation der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht der Niederlande gelegt. Ich möchte der Frage nachgehen, ob die Annahmen hinsichtlich der Organisationen miteinander in Einklang sind, oder ob sie differenzierte Meinungen zulassen. Auch ist die Frage von besonderem Interesse, ob eine Anknüpfung vonseiten der Organisationen an die Theorie und die zuvor besprochenen Untersuchungen zu erkennen ist.

Damit Themen, die im besonderen Fokus stehen, auch innerhalb der Interviews zur Sprache kommen, habe ich zur Unterstützung einen Leitfaden entwickelt. Dieser Leitfaden wurde anhand meiner Literaturstudie über den Untersuchungsgegenstand zusammengestellt.

Interviewleitfaden

Untersuchungsgegenstand: Die Situation des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht in den Niederlanden

- Vorstellung der Organisation (Ziele, Tätigkeiten)
- Das Image von Deutschland, von den Deutschen und von der deutschen Sprache in den Niederlanden.
- Die Situation des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht. Hat sich diese Situation in den letzten Jahren sehr verändert? Wenn ja, in welcher Hinsicht?
- Die möglichen Gründe für die Situation des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht (z. B. das Image des Faches DaF, die Dozenten, die Politik, die Geschichte Deutschlands (z. B. das Thema 2. Weltkrieg im Schulfach Geschichte), die Medien (das Bild über Deutschland, das in den Niederlanden hervorgebracht wird).
- In welchen Bereichen ist die Organisation für die Förderung der deutschen Sprache tätig?
- Die Zielgruppe der Organisation
- Maßnahmen und Aktivitäten der Organisation zur Förderung der deutschen Sprache (im weiterführenden Unterricht). Der Effekt dieser Maßnahmen und Aktivitäten sowie eventuelle Hindernisse/Schwierigkeiten, welche im Wege standen/stehen.
- Zusammenarbeit mit anderen Organisationen.
- Das Idealbild von Deutschland und der deutschen Sprache in den Niederlanden.

3.1.3 Die Interviewsituation

Im Hinblick auf die Interviews habe ich eine Gruppe von Experten aus den zuvor genannten Organisationen, welche sich intensiv mit der deutschen Sprache in den Niederlanden beschäftigen, ausgewählt.

Das Ziel bestand darin, Informationen aufgrund von Aussagen dieser Personen zu sammeln, um die eingangs genannten Fragen beantworten zu können (Baarda, 2009: 228).

Damit die Teilnehmer sich darauf einstellen konnten, was sie erwarten, habe ich vorher das Ziel meiner Untersuchung erläutert, die geschätzte Dauer des Interviews angegeben und letztendlich gefragt, ob ich das Interview mittels eines Voice-Recorders aufzeichnen darf - damit waren alle Teilnehmer einverstanden.

Die Personen haben die Rolle von Informant und vom Befragten gleichzeitig erfüllt.

Einerseits sprachen sie als Sachverständige, indem sie Informationen über ihren Fachbereich und ihre Organisation vermitteln, demzufolge als Vertreter ihrer Organisation. Andererseits äußerten sie auch ihre individuellen Meinungen und Ausgangspunkte. Gerade diese Mischung aus Ansichten vonseiten der Organisation und aus der persönlichen Perspektive des Befragten haben mich im Hinblick auf meine Untersuchung interessiert.

Um Struktur in das Interview zu bringen und eine Steuerung in Bezug auf das Thema zu erreichen, standen Gesprächsthemen anhand eines Leitfadens fest. Die Reihenfolge der Themen hingegen wurde dem Gesprächsverlauf angepasst und die Fragen wurden offen gehalten, wodurch dem Prinzip der Offenheit Raum geboten wurde. Verzerrungen der Realität wurden damit so weit wie möglich verhindert, da interviewte Personen die Möglichkeit besaßen, Meinungen zu äußern, ohne in eine Richtung gedrängt zu werden. Dieser Aspekt sorgte dafür, dass ein gewisser Spielraum im Hinblick auf eine konkrete Gestaltung des Interviews existierte, weil verstärkt auf Informationen vonseiten des Interviewten eingegangen werden konnte. Eine Prädetermination des Forschers wurde auf diese Weise möglichst vermieden. Ein großer Vorteil dieser Vorgehensweise basiert darauf, dass sich neue Fragen aus dem Vorausgegangenen ergeben, wodurch weitere Informationen und Erkenntnisse aus dem Forschungsfeld gewonnen werden können. Der Interviewer zeigt eine gewisse Offenheit für die Bedeutungsstrukturierung des Themas durch den Interviewten. Lediglich im Hinblick auf die Frage nach möglichen Gründen für die Situation der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht zeigte ich Beispiele auf, damit die Informanten angeregt werden, ihre Meinung hinsichtlich der verschiedenen Themen zu abzugeben. Ein anderer Vorteil der Offenheit basiert auf der Schaffung einer angenehmen und vertrauten Atmosphäre, weil das Interview infolgedessen wie ein Alltagsgespräch verläuft.

3.1.4 Qualitätskriterien

Der Subjektivität kommt innerhalb der qualitativen Forschung eine wichtige Rolle im Erkenntnisprozess zu und kann nicht eliminiert werden. Beide Personen denken und handeln aus ihrem eigenen sozialen und biographischen Kontext sowie ihrem Referenzrahmen heraus. Dem Interviewer stehen darüber hinaus sein Gegenstandsvorverständnis sowie seine fachliche Kompetenz zur Verfügung, welche den Aufbau des Interviews, die Fragen und Nachfragen beeinflussen.

Aufgrund der Subjektivität des Interviewers und des Interviewten wird der qualitativen Forschung häufig vorgeworfen, Ergebnisse nicht wissenschaftlich ausweisen zu können. Gerade weil Subjektivität im qualitativen Interview im Mittelpunkt steht, gehe ich bei der Besprechung von Qualitätskriterien vom Prinzip der konstruktivistischen Wahrheitstheorie aus (Legewie, 2004: 2) Im Konstruktivismus wird der Glaube an eine objektive Wahrheit aufgehoben. Es wird vielmehr davon ausgegangen, dass die Gegenstandsentsfaltung innerhalb einer sozialen Interaktion, in diesem Fall zwischen Interviewer und Interviewtem, konstruiert wird und dass verschiedene Perspektiven zu unterschiedlichen Wahrheiten führen können (Legewie, 2004: 2). Bei diesem Aspekt ist es wichtig, dass nicht nur das Interview selber, sondern der komplette Forschungsprozess (die Definition des Untersuchungsgegenstandes, die Auswahl der Datenerhebungsmethode, die Fragestellung, die Interpretation usw.) die Wirklichkeit konstruiert (Legewie, 2004: 11). Nachteilig im Hinblick auf die Analyse des Interviews ist demnach, dass die aufgrund unterschiedlicher Interviews gewonnenen Daten sich schwer vergleichen lassen, weil diese durch ihre Subjektivität nicht standardisierbar sind. Wie bereits im vorherigen Abschnitt erwähnt, besteht ein großer Vorteil darin, dass dem Interviewten viel Raum für seine eigenen Formulierungen gegeben wird und aufgrund dieser Vorgehensweise neue Informationen gewonnen werden können.

Weitere Kriterien, welche die Qualität der Untersuchung auszeichnen, existieren in Form der Zuverlässigkeit und Validität.

Informationen, die innerhalb eines Interviews gesammelt werden, sollen einen zuverlässigen Charakter im Hinblick auf Genauigkeit bzw. Reproduzierbarkeit eines diagnostischen Ergebnisses manifestieren (Legewie, 2004: 6). Je stabiler die Ergebnisse bei Wiederholungen der Datenerhebung sind, desto zuverlässiger ist das Messkonzept. Ein Interview stellt immer eine Momentaufnahme dar und beruht aufgrund dessen auf Zufälligkeiten. Das Ergebnis ist abhängig von Informationen, die vom Interviewten geliefert werden – diese können je Interview und Person sehr unterschiedlich sein. Die Interviewsituation, (die Stimmung) der

Interviewer sowie der interviewten Person, bestimmen letztendlich die Qualität des Interviews mit.

Um möglichst viele relevante Informationen zu erhalten und damit die Zuverlässigkeit des Interviews zu gewährleisten, habe ich das Gespräch innerhalb einer Alltagssituation des Interviewten stattfinden lassen, nachgefragt bei Unklarheiten und versucht, neutrale Fragen zu stellen, um dadurch entsprechende Reaktionen zu erhalten (damit das Interview nicht durch meine Meinung beeinflusst wird). Darüber hinaus habe ich das Gespräch mittels eines Audioaufnahmeapparates aufgezeichnet, um hinterher nachvollziehen zu können, was die interviewten Personen genau geäußert haben.

Es ist nicht nur wichtig, dass die Interviewergebnisse zuverlässig sind, sie sollen auch Validität beinhalten. Zuverlässigkeit bedeutet keine Garantie für Validität. Diese beschreibt den Grad der Genauigkeit, mit der ein diagnostisches Ergebnis Merkmale, die es erfassen soll, tatsächlich registriert (Legewie, 2004: 2). Die gewonnenen Informationen sollen eine Spiegelung der Realität darstellen (Baarda, 2009: 197). Es besteht nämlich in Bezug auf die Interviewten die Gefahr, dass sie die Situation verschönern oder bestimmte Themen oder Punkte außer Acht lassen, um dem Ansehen ihrer Organisation nicht zu schaden. Beim Interviewer entsteht infolgedessen eine verzerrte Darstellung der Realität. Der Interviewer erhält keine Garantie dafür, dass Informationen, die er erhält, vollständig und richtig sind. Um aber eine Verzerrung der Realität so weit wie möglich zu vermeiden, wurden Personen ausgewählt, die in der Lage sind, sich in Bezug auf das Forschungsthema zu äußern und wurde ihnen die Wahl überlassen, ob sie am Interview partizipieren wollen. Auch das Angebot, bei weiteren Fragen oder Undeutlichkeiten abermals zu den Interviewten Kontakt aufzunehmen, erhöhte die Glaubwürdigkeit ihrer Antworten.

3.2 Analyse der Interviews mit deutschen Organisationen

Dieser Abschnitt der Arbeit beschäftigt sich mit der Analyse der Interviews. Zur Darstellung der Forschungsergebnisse werden die Themen im Leitfaden im Hinblick auf fünf

Hauptpunkte komprimiert:

- Vorstellung der Organisationen
- Das niederländische Deutschlandbild
- Mögliche Gründe für die Einstellung niederländischer Jugendlicher zum Schulfach Deutsch
- Aktivitäten der Organisationen
- Das zukünftige Idealbild der deutschen Sprache

Zunächst werden die Organisationen kurz vorgestellt, um anschließend verschiedene Perspektiven für jeden Einzelpunkt wiederzugeben. Falls Personen den gleichen Standpunkt teilen, wird dieser zusammengefasst und mit individuellen Standpunkten anderer Personen kombiniert.

3.2.1 Vorstellung der Organisationen

3.2.1.1 Das „Duitsland Instituut Amsterdam“ – Charlotte Broersma

Als Reaktion auf die Ergebnisse der Clingendael Studie aus dem Jahre 1993, woraus hervorging, dass das Deutschlandbild vieler niederländischer Jugendlicher stark durch die Vergangenheit geprägt war, wurde im Juli 1995 das ‘Deutschlandprogramm Hochschulunterricht’ vom niederländischen Bildungsministerium initiiert. Für den damaligen Botschafter Klaus Citron lag die Priorität auf einer Vermittlung eines authentischen und zeitgemäßen Deutschlandbildes, was er unter anderem mit der Errichtung eines historisch-politischen Instituts erreichen wollte. Das „Duitsland Instituut Amsterdam“ (DIA) wurde mithilfe der Universität von Amsterdam (sie gewährte dem Institut Gastfreundschaft) sowie der benötigten finanziellen Unterstützung des niederländischen Bildungsministeriums im Februar 1996 errichtet. Das Hauptziel des Instituts basiert auf dem Erstellen und Verbreiten von Wissen über Deutschland innerhalb der Niederlande. Die Bildungsabteilung des DIA verfolgt dieses Ziel für das Fach Deutsch am weiterführenden Unterricht. Die Person, welche ich am DIA interviewt habe, heißt Charlotte Broersma. Sie arbeitet seit dem Jahr 2000 am DIA; zuvor als Koordinatorin innerhalb der Bildungsabteilung und seit 2009 ist sie als Stiftungsmanagerin tätig.

3.2.1.2 Das Goethe Institut – Rainer Manke

Das Goethe Institut ist ein weltweit tätiges Kulturinstitut, welches vom Auswärtigen Amt der Bundesrepublik Deutschland beauftragt wird. Als Mittlerorganisation ist es innerhalb der zwei folgenden Arbeitsbereiche tätig: Förderung der deutschen Sprache im Ausland sowie Unterstützung der internationalen kulturellen Zusammenarbeit. Darüber hinaus sorgt das Goethe Institut für die Vermittlung eines aktuellen Deutschlandbildes. Es fördert in den Niederlanden den kulturellen Dialog zwischen den Bildungsinstitutionen der Niederlande und Deutschland und fokussiert infolgedessen das Ziel, vom gegenseitigen Wissen zu profitieren. Im Hinblick auf meine Untersuchung habe ich Rainer Manke vom Goethe Institut in Den Haag, der als Institutsleiter im Bereich der Förderung der deutschen Sprache tätig ist, interviewt.

3.2.1.3 Die Arbeitsgruppe „Deutsch macht Spaß“ – Kees van Eunen

Als es Anfang der 1980er Jahre zu einem Rückgang der Schüler- und Studentenzahlen des Faches Deutsch kam, entschloss sich Kees van Eunen in Kooperation mit ein paar Kollegen, sich für das Fach einzusetzen. Im Jahr 1985 gründeten sie mithilfe des Goethe Instituts Amsterdam die Arbeitsgruppe „Deutsch macht Spaß“ (DMS). Wie sich anhand des Namens der Organisation bereits ableiten lässt, basiert das Hauptziel dieses Zusammenschlusses darauf, das Fach Deutsch im weiterführenden Unterricht attraktiver zu gestalten. Um das zu erreichen, stellen sie den Deutschlehrern motivierende Unterrichtsmaterialien zur Verfügung, informieren sie Schüler und Eltern hinsichtlich der Vorteile entsprechender Deutschkenntnisse in Bezug auf kulturelle, gesellschaftliche und soziale Bereiche und vermitteln sie den Schülern allgemeine Kenntnisse über Deutschland. Die Arbeitsgruppe besteht heutzutage aus zirka zehn Mitgliedern, die auf ehrenamtlicher Basis arbeiten. Kees van Eunen, Mitbegründer der Arbeitsgruppe und Vorstandsmitglied des Deutschen Lehrerverbandes in den Niederlanden, leitet die Gruppe und ist derjenige, den ich für meine Untersuchung befragt habe.

3.2.1.4 Der Deutschlehrerverband „Levende Talen” - Erwin de Vries

Der Deutschlehrerverband ist Teil der Föderation „Levende Talen” (Lebende Sprachen), welcher aus 13 verschiedenen Sprachensektionen besteht. Das Hauptziel des Vereins basiert auf der Förderung und Entwicklung des Fremdsprachenunterrichts im weiterführenden Unterricht in den Niederlanden. Die Professionalisierung der Fremdsprachenlehrer sowie die

Position der Fremdsprachenfächer im weiterführenden Unterricht spielen dabei eine wichtige Rolle.

Die Webseite des Vereins bietet auf Basis einer Mitgliedschaft eine Plattform für Fremdsprachendozenten an. Der Deutschlehrerverband setzt sich spezifisch für die Lehrkräfte und die Qualität des Faches Deutsch ein. Erwin de Vries ist Vorsitzender der deutschen Sektion. Weil es seiner Meinung nach innerhalb der deutschen Sektion keine eindeutige Meinung zum Deutschlandbild innerhalb der Niederlande gibt, spricht er im Interview nicht im Namen der Organisation, sondern in seinem eigenen Namen.

3.2.2 Das niederländische Deutschlandbild

Die Befragten sind sich darüber einig, dass sich das Deutschlandbild positiv verändert hat und dass es dabei um eine bleibende positive Entwicklung geht. Sie sind froh darüber, dass das frühere Deutschlandbild, welches größtenteils durch den Krieg belastet wurde, nicht mehr existiert. Ihrer Meinung nach sind die antideutschen Sentiments, die in den 1990er Jahren noch existierten und verstärkt wurden durch bestehende Ängste aufgrund der Zusammenführung Deutschlands nach dem Mauerfall bereits längst verschwunden. Es ist eine Normalisierung in Bezug auf Deutschland und die Deutschen eingetreten. Rainer Manke erzählt, dass er in den 1990er Jahren als Deutscher schockiert war zu hören, dass die Niederlande, ein Land, das von Deutschland als sympathisches Land sehr geschätzt wurde, Deutschland zum größten Teil ablehnte. Sowohl für das Goethe Institut als auch andere deutsche Organisationen in den Niederlanden war es damals schwierig, akzeptiert zu werden, da Ressentiments existierten. Manke fiel auf, dass sich seitdem im Bereich des Umgangs mit der deutschen Vergangenheit viel in den Niederlanden verändert hat. Zu Beginn seiner Tätigkeit im Goethe Institut in den Niederlanden vor drei Jahren war laut seinen Aussagen eine sehr positive Atmosphäre zu spüren.

Es ist den Organisationen aufgefallen, dass Stereotype in Bezug auf Deutschland und die Deutschen weniger hässlich als früher geworden sind. Charlotte Broersma erklärt, dass Schadenfreude über die Deutschen als Teil der niederländischen Kultur angesehen werden kann, welche unter anderem infolge der Medien immer wieder präsent wird, aber einen lockeren Charakter erhalten hat. Auch sie hat in den fünfzehn Jahren, in denen das DIA existiert, eine große Veränderung des Deutschlandbildes in den Niederlanden wahrgenommen. Deutschland ist als Land und als Kulturobjekt populärer geworden und es existiert stärkeres Interesse an der deutschen Literatur sowie deutschen Filmen. Als Reiseziel hat Deutschland seit 2007 sogar Frankreich als beliebtestes Reiseland der Niederländer

abgelöst. Vor allem Berlin ist besonders populär. Broersma merkt an, dass Niederländer häufig von Berlin sprechen, wenn sie ihre Vorstellung von Deutschland umschreiben. Es ist aber wichtig, im Auge zu behalten, dass Berlin nicht repräsentativ für Deutschland steht, sondern lediglich ein Bundesland repräsentiert. Charlotte Broersma erzählt, dass das DIA versucht, dieses Bild zu differenzieren, aber andererseits auch einen Vorteil erkennt, als Organisation vom Image Berlins als touristischer Megamagnet profitieren zu können. Berlin ist jung, hip und besitzt Kulturausstrahlung. Sie erläutert, dass das DIA anhand von Berlin viele interessante Geschichten erzählen kann und auf diese Weise die Stadt als Zwischenstufe zum restlichen Deutschland nutzt. Laut eigenen Beobachtungen wurde ihr bewusst, dass vor allem Jugendliche ab einem Alter von 17 bis 19 Jahren anfangen, sich für Berlin zu interessieren.

Andere Assoziationen, die die Niederländer mit Deutschland verbinden, bauen auf allgemeingültigen und zeitlosen Äußerungen auf wie: Wurst und Bier, deutsche Autohersteller, die Gründlichkeit, Umweltfreundlichkeit, die deutsche Autobahn, der Fußball, deutsche Spielfilme und deutsche Literatur. In Bezug auf die jüngere Generation im Alter von 14-15 Jahren ist ihr aufgefallen, dass bereits wenige negative Assoziationen das Deutschlandbild symbolisieren. Nur einige von denen nennen das Wort „Mof“ oder den Satz „Gib mir mein Fahrrad wieder“, weil sie wissen, dass sie damit provozieren können. Eine negative Assoziation, die wohl öfters genannt wird, ist „Hitler“. Dies ist laut Broersma ein Verweis darauf, dass die entsprechende Person auf Erlerntes infolge des Geschichtsunterrichts zurückgreift. Auch die Imitation eines Nazioffiziers mittels kräftiger Stimme kommt häufig vor. Broersma weist darauf hin, dass dieser Aspekt ein typisches Beispiel eines Stereotypes ist, das durch seine Instandhaltung in erfolgreichen Filmen wie u.A. „Der Untergang“ und „Inglorious Bastards“ bei Jugendlichen hängen bleibt.

Infolgedessen hat das DIA eine Pilot-Umfrage unter Jugendlichen im Alter von 14 bis 16 Jahren initiiert. Es hat sich herauskristallisiert, dass Deutschland von den Jugendlichen als schönes Land betrachtet wird, welches den Niederlanden sehr ähnlich ist. Sie sind der Meinung, dass es interessante deutsche Städte gibt, in denen sie qualitativ gleichwertige Produkte zu einem günstigeren Preis erwerben können. Infolge der Untersuchung lässt sich konstatieren, dass niederländische Jugendliche sich weniger für die Deutschen selber interessieren. Broersma erklärt, dass dieses Ergebnis ins egozentrische Weltbild von Jugendlichen in diesem Alter passt: sie sind im Allgemeinen stärker regional orientiert. Das Interesse an Menschen aus anderen Ländern wird häufig erst durch persönlichen Kontakt

stimuliert, z. B. durch positive Erfahrungen während des Urlaubs, eines Schüleraustauschs oder einer Klassenfahrt ins Ausland.

Sowohl Erwin de Vries als auch Rainer Manke und Charlotte Broersma sind der Meinung, dass das Deutschlandbild niederländischer Jugendlicher stark von aktuellen Situationen beeinflusst wird. Der Informationsfluss ist in den letzten Jahren durch das Internet viel schneller und umfangreicher geworden. Jugendliche von heute sind mit dem Internet aufgewachsen und sind in der Lage, sich selbstständig zu informieren und sich eine Meinung zu bilden. Rainer Manke ist sogar der Ansicht, dass die Ausbreitung des Internets dazu beigetragen hat, das Image Deutschlands in den Niederlanden seit den 1990er Jahren positiv zu verbessern.

Alle drei Organisationen nennen den inspirierenden Einfluss der Fußballweltmeisterschaft in 2006, die in Deutschland stattfand. Die deutschen haben einen positiven Eindruck hinterlassen und bewiesen, wie gastfreundlich, herzlich und gemütlich sie sind. Aufgrund der sehr guten Organisation ohne Proteste und Anschläge, in Kombination mit zusammenfeiernden Menschenmassen aus verschiedenen Nationen, hat Deutschland seine Visitenkarte hinterlassen. Auch in den Medien wurde die Fußballweltmeisterschaft sehr positiv aufgegriffen.

Erwin de Vries betont zusätzlich die Bedeutung von aktuellen Themen im Deutschunterricht. Aus seiner eigenen Erfahrung als Deutschlehrer kann er konstatieren, dass aktuelle Gesprächsthemen einen positiven Einfluss auf das Image des Faches Deutsch ausüben - sie sollen dafür sorgen, dass das Fach lebendiger wird.

Über die Situation des Deutschunterrichts an weiterführenden Schulen in den Niederlanden sind die Meinungen ziemlich gleich. Alle Organisationen halten die Unterrichtsreform, die 2007 in Kraft trat, für eine Verbesserung. Trotzdem sind sie sich darüber einig, dass das Fach Deutsch unter Druck steht (siehe nächster Absatz). Einerseits existiert eine wachsende Zahl von Examenskandidaten des Faches Deutsch, andererseits hängt diese Zunahme stark von der Region ab, erklärt Charlotte Broersma. So entscheiden sich viele Schüler in der Nähe der deutschen Grenze für das Fach Deutsch, aber im Westen der Niederlande, beispielsweise in der Randstad, ist das Gegenteil eher Realität. Auch der Gedanken, dass sich in nächster Zukunft wenig ändern wird, bereitet den Organisationen Sorge.

Rainer Manke ist der Einzige, der sich mit der heutigen Situation des Deutschunterrichts zufrieden gibt. Er legt viel Wert darauf, dass die Zahl der Deutschschüler stabil ist und das Interesse gleich geblieben ist. Auch ist er froh über die Tendenz, mit steigender Schülerzahl zusätzlich zur Deutschprüfung auch Anmeldungen zum Goethe Zertifikat zu erhalten. Dieses

wird seit einigen Jahren an weiterführenden Schulen (in der 3. und 4. Klasse vom Havo und Vwo) angeboten. Es bereitet die Schüler auf kommunikative Art und Weise auf die deutsche Fachsprache vor. Weil die Zertifikate international anerkannt werden, können sie z. B. bei einer Bewerbung in einer deutschen Firma oder für die Zulassung an einer deutschen Universität zum Nachweis des Besitzes weiterführender Sprachkenntnisse sehr wertvoll sein. Rainer Manke geht mit Meinungen anderer Personen konform dahingehend, dass die Zahl der Studenten an Hochschulen und Universitäten, die sich für ein deutsches Studium oder das Fach Deutsch entschieden haben, sehr gering ist. Sie bedauern, dass Studenten in dieser Hinsicht das Land und die Sprache nicht für attraktiv genug halten. Die meisten Auslandsstudenten bevorzugen ein Studium oder Praktikum, wobei Englisch die Verkehrssprache darstellt. Erwin de Vries und Kees van Eunen halten diesen Aspekt für eine beunruhigende Situation, weil sie ganz im Widerspruch mit dem Umfang des Geschäftsverkehrs zwischen den Niederlanden und deutschsprachigen Ländern steht. Kees van Eunen stört sich dabei vor allem an der Tatsache, dass die deutsch-niederländische Handelskammer und Exportorganisation Fenedex anhand von verschiedenen Untersuchungen die Wichtigkeit der deutschen Sprache in den Medien wiederholt betonen, aber selber auf dem Gebiet der Sprachenpolitik in den Niederlanden nicht aktiv sind.

3.2.3 Mögliche Gründe für die Einstellung niederländischer Jugendlicher zum Schulfach Deutsch

Als einer der Gründe für die seit Jahren rückläufige Tendenz im Fach Deutsch nennen die Befragten vorrangig die Einführung der Unterrichtsreform „Zweite Phase“ Ende der 1990er Jahre. Sie sind sich darüber einig, dass das Fach Deutsch durch Einführung von Profilen und das Angebot von Deutsch als Teilfach erheblichen Schaden erlitten hat. Didaktisch gesehen war Deutsch als obligatorisches Teilfach (nur eine Stunde in der Woche) ein großer Misserfolg, weil sowohl die Schüler als auch die Lehrer den Sinn nicht begriffen haben. Wie bereits im vorherigen Absatz erwähnt, sind die Befragten dahingehend froh, dass das Fach Deutsch seit 2007 wieder als vollwertige Unterrichtseinheit angeboten wird. Sie üben aber dennoch Kritik an der Tatsache, dass das Angebot von einer zweiten Fremdsprache im weiterführenden Unterricht so eingeschränkt wird. Dabei werden im Vorhinein viele Schüler vom Fach Deutsch ausgeschlossen. Ein anderer Kritikpunkt besteht vonseiten Kees van Eunen, aufgrund der Einführung der zweiten Phase dahingehend, dass sich die Schüler frühzeitig gezwungen fühlen, eine Entscheidung über ihre Examensfächer zu treffen. Seiner Meinung nach sind die Schüler dann noch nicht in der Lage, einen Überblick zu besitzen,

welche Fächer für ihre Zukunft wichtig sein werden. Außerdem ist er davon überzeugt, dass die Schüler die Wichtigkeit der deutschen Sprache für ihre Laufbahn noch nicht erkannt haben. Sowohl Kees van Eunen als auch Rainer Manke erwähnen auch einen zunehmenden Lehrernachwuchsmangel an weiterführenden Schulen in den Niederlanden als Problem der nahen Zukunft. Weil das Durchschnittsalter der Lehrer relativ hoch ist, werden viele Lehrkräfte in den kommenden Jahren in Pension gehen, obwohl die Anmeldungsanzahl für Lehrerausbildungen, vor allem für Deutsch, weiter sinkt. Die Nachfrage nach qualifizierten Lehrern wird dadurch immer größer und übersteigt das Angebot. Dieser Aspekt wird die Situation im Fach Deutsch weiter verschlimmern. Vor allem die Tatsache, dass das Fach Deutsch nicht zum Kerncurriculum gehört, sorgt für verstärkte Besorgnis. Dies bedeutet darüber hinaus, dass keine Lernziele für das Fach Deutsch existieren und weiterführende Schulen nicht dazu verpflichtet sind, das Lehrfach anzubieten. Kees van Eunen und Rainer Manke befürchten deswegen, dass ein Lehrermangel zu unqualifizierten Deutschlehrern oder sogar zu einer Abnahme der Stundenzahl des Faches führen wird. Charlotte Broersma und Kees van Eunen äußern die Annahme, dass eine Abnahme des Interesses an der deutschen Sprache dem Einfluss der englischen Sprache innerhalb der niederländischen Gesellschaft vorzuwerfen ist. Die Respondenten sind der Meinung, dass die deutsche Sprache seit Mitte 1990er Jahre durch einen steigenden Anteil der englischen Sprache Einbußen erlitten hat. Für die Generation ab Mitte der 1970er Jahre war es in den Niederlanden aufgrund der geringen Anzahl an Fernsehsendern sowie der Popularität deutscher Fernsehprogramme ganz normal, mit der deutschen Sprache aufzuwachsen. Es war deswegen auch selbstverständlich, sich für Deutsch zu entscheiden. Kees van Eunen vermutet, dass eine Steigerung des Englischniveaus in Deutschland auch Auswirkungen auf das Deutsch-Angebot an niederländischen Schulen hat. Seiner Meinung nach sorgt die Tatsache, dass Deutsche sich heutzutage besser in der englischen Sprache verständigen können, dafür, dass die Notwendigkeit der deutschen Sprache in den Niederlanden geringer wird.

Anhand einer Untersuchung des Deutschlands-Instituts in Amsterdam (Pilotenquete) hat sich herausgestellt, dass das Image Deutschlands, der Deutschen und des Faches Deutsch tatsächlich einen Einfluss auf die Fächerwahl von Schülern hat. Als einer der Gründe für das geringe Interesse am Fach Deutsch nennen die Befragten veraltete Stereotype und Klischees in Bezug auf die deutsche Sprache in den Niederlanden, unter denen das Fach noch immer zu leiden hat. Laut dieses stark traditionell geprägten Bildes besteht das Fach zum größten Teil aus Grammatik, insbesondere dem Auswendiglernen von Präpositionslisten (u.a.: aus, bei, mit, nach, seit, von, zu...). Erwin de Vries fügt noch hinzu und drückt sein Bedauern darüber

aus, dass aus Sicht der niederländischen Medien ein typischer Deutscher weiterhin als streng und dominant charakterisiert wird. Er ist der Meinung, dass auf diese Weise bei den Niederländern unbewusst eine negative Projektion hinsichtlich der Deutschen stattfindet. Die Interviewten sind sich auch darüber einig, dass der Dozent einen wichtigen Faktor für das Image des Faches Deutsch darstellt. Die Art und Weise, wie er unterrichtet, besitzt einen großen Einfluss auf die Attraktivität des Faches.

Rainer Manke betont, dass ein traditioneller Unterricht eher rezeptiv stattfindet: Der Lehrkraft vermittelt das Wissen vor allen Dingen in Form eines Frontalunterrichtes, obwohl das Ideal des kommunikativen Lernens sich im interaktiven Unterricht manifestiert, wobei von den Schülern verlangt wird, dass sie mit den anderen Schülern interagieren und diskutieren. Seiner Meinung nach soll die sprach- und landeskundliche Fortbildung weiter unter den Deutschlehrern verbreitet werden, damit das Fach lebendiger und dadurch attraktiver wird. Ein anderer Kritikpunkt, welcher innerhalb der Interviews vonseiten aller Befragten genannt wurde, basiert auf dem Mangel an Erkenntnis bei den Schülern, welchen Stellenwert die deutsche Wirtschaft für die Niederlande besitzt. Es ist nach ihrer Meinung notwendig, dass dieses Bild in den Köpfen der Schüler wachsen wird. Sie sind sich darüber einig, dass der Dozent eine große Rolle in der Vermittlung dieser Informationen spielt. Erstens muss er sich davon bewusst sein, wie essentiell die deutsche Sprache und das Verständnis der deutschen (Geschäfts-)Kultur für die Niederlande ist, und zweitens bestimmt er, ob er dem Thema innerhalb des Unterrichts Aufmerksamkeit widmet. Nur unter dieser Voraussetzung kann den Schülern vermittelt werden, wie sehr die beiden Länder miteinander verbunden sind. Kees van Eunen und Charlotte Boersma sind der Meinung, dass unter dem Aspekt der Motivation die Fächerwahl noch viel Spielraum für das Fach Deutsch bereithält, wenn Schüler sich stärker bewusst werden, welche Bedeutung die deutsche Sprache für den späteren Beruf haben wird. Sie sind sich aber gleichzeitig darüber im Klaren, dass Jugendliche in diesem Alter häufig noch keine Berufsperspektive besitzen.

Sowohl Charlotte Broersma als auch Rainer Manke weisen darauf hin, dass das Desinteresse am Fach Deutsch sich auch durch eine geringe Anzahl von Studenten, die sich für ein Studium oder Praktikum in Deutschland aussprechen, manifestiert. Sie bedauern aber auch die Entwicklung, dass nur wenige Schüler die Möglichkeit für sich entdecken, nicht nur lediglich deutsche sprach- und literaturwissenschaftliche Studiengänge zu besuchen, sondern sich auch für andere Fachrichtungen (u.a. Wirtschaft, Technik, Naturwissenschaft) zu begeistern, um Sprach- und Fachkenntnisse mithilfe von Seminaren an deutschen Universitäten zu erweitern. Als Gründe für die geringe Zahl an Interessenten nennen sie das Image Deutschlands

(Deutschland soll nicht attraktiv und nicht exotisch genug sein, die Studenten bevorzugen entferntere Länder wie Spanien und Amerika), das Sprachproblem (dies betrifft vor allem Leute, die sich nicht für das Fach Deutsch entschieden haben und deswegen Angst vor Seminaren auf Deutsch haben) und die Unwissenheit über ein Auslandsstudium oder -praktikum in Deutschland.

Als einen weiteren möglichen Grund für die Antipathie niederländischer Jugendlicher gegenüber dem Schulfach Deutsch nennen alle Teilnehmer das Fach Geschichte innerhalb des niederländischen Bildungssystems. Wie viel Einfluss die Geschichte auf das Deutschlandbild der Schüler hat, ist schwer einschätzbar. Es besteht eine Verknüpfung dahingehend, wie der Dozent das Thema „Zweiter Weltkrieg“ im Unterricht behandelt.

Laut den Aussagen von Charlotte Boersma ist das Kerncurriculum für das Fach Geschichte in den letzten Jahren in den Niederlanden differenzierter ausgearbeitet geworden. Vor 20 Jahren existierte noch eine Schwerpunktlegung auf dem Themenbereich Zweiter Weltkrieg. Im Hinblick auf die nationale Geschichte hält sie diesen Fokus für logisch und legitim, weil auch jüngere Generationen sich dahingehend bewusst sein sollen, um aus der Vergangenheit zu lernen. Dieser Schritt soll lediglich in einem logischen Verhältnis mit anderen Geschichtsthemen stehen. Weitere Antworten betonen die Wichtigkeit einer Vermittlung der gesamten Geschichte des 20. Jahrhunderts, vor allem die Nachkriegszeit, um ein möglichst nuanciertes Bild bei den Schülern zu kreieren. Rainer Manke vom Goethe Institut äußert sich positiv hinsichtlich der Initiative einiger weiterführender Schulen, an denen der Geschichtsunterricht in Verbindung zwischen Geschichts- und Deutschlehrern abläuft. Wenn beispielsweise die Nazizeit unterrichtet wird, werden Beispiele anhand deutscher Literatur mit einbezogen. Auf diese Weise lernen die Schüler, dass es gerade in Deutschland im Bereich der Kunst und Literatur aufgrund der Exilliteratur eine bedeutende Opposition dem Nationalsozialismus gegenüber existierte, welche die deutsche Nachkriegsliteratur sehr stark inspiriert hat.

3.2.4 Die Aktivitäten der Organisationen

3.2.4.1 Das „Duitsland Instituut Amsterdam“ – Charlotte Broersma

Das Publikum des DIA hat sich laut Charlotte Broersma in den letzten Jahren stark verändert. Früher sammelten sich spezifische Gruppen von Leuten, wie z. B. Dozenten, Beamte, Entscheidungsträger, Journalisten, Wissenschaftler und Fachleute, die vor allem beruflich an Deutschland interessiert waren. Heutzutage existiert eine viel größere Gruppe an Menschen

aus jeder Altersgruppe, die sich im täglichen Leben aus eigenem Interesse mit Deutschland beschäftigen und demzufolge an Aktivitäten des DIA partizipieren. Charlotte Broersma sieht die Verbreiterung der Zielgruppe als sehr positive Entwicklung an. Die Bildungsabteilung des DIA richtet sich hauptsächlich an Dozenten und Schüler des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht. Charlotte Broersma erläutert, dass die Hauptaufgabe der Bildungsabteilung des DIA darin besteht, den Schülern in den Niederlanden anhand von Aktivitäten und Projekten ein möglichst nuanciertes Deutschlandbild zu vermitteln. Das DIA denkt sich (in Zusammenarbeit mit anderen Organisationen) Projekte aus, in Bezug auf die deutsche Sprache und Kultur, die das Fach Deutsch attraktiver machen sollen und letztendlich dafür sorgen, dass das Fach häufiger gewählt wird.

Ein Beispiel dessen bildet der jährliche Hip-Hop-Schülertag für das Fach Deutsch. Dieses Projekt sollte ursprünglich lediglich einmalig sein, aber aufgrund des großen Erfolgs findet es in diesem Jahr bereits zum neunten Mal statt. An dieser Veranstaltung können Schüler der vierten Klasse des weiterführenden Unterrichts teilnehmen. Die Schüler sollen im Zeitraum von zwölf Wochen innerhalb des Deutschunterrichts eigenständig einen Rap-Text in deutscher Sprache verfassen. Durchschnittlich nehmen zwölf Schulen an diesem Projekt teil. Nach dem Wettbewerb in der Schule wird jeweils die beste Gruppe jeder teilnehmenden Schulen einen Tag lang von einem deutschen Rapper im Melkweg (bedeutende Pop-Bühne) in Amsterdam unterrichtet, um anschließend auf einer Bühne aufzutreten. Die Gewinner fahren nach Berlin und werden ihr eigenes Lied in einem professionellen Tonstudio auf CD aufnehmen. Das Ziel des Projekts basiert auf der Bewusstmachung einer deutschen Hip-Hop-Szene, mittels eine Brücke geschlagen wird: Rap ist erkennbar und 'cool' und trägt zu einem positiven Image des Faches bei. Die positiven Reaktionen der Dozenten und Schüler betonen diesen Aspekt. Weil letztendlich nur zwölf Schulen am Projekt teilnehmen können, hat das DIA als Reaktion auf die große Nachfrage Unterrichtsmaterialien zum Hip-Hop-Thema an 1500 Deutschlehrer versendet. Zusätzlich bietet das DIA Workshops für Deutschlehrer zum Thema Hip-Hop an.

Weitere Beispiele hinsichtlich erfolgreicher Projekte bilden der Kurzfilm- sowie der Schülerzeitungswettbewerb. Die Idee dieser Projekte ist, dass die Schüler in Eigenregie über Deutschland berichten und damit versuchen, andere Schüler für Deutschland zu begeistern. Charlotte betont, dass es bei der Erstellung eines Projektes für das DIA immer wichtig ist zu berücksichtigen, dass die Veranstaltung zum größten Teil während des Deutschunterrichts (lediglich 2 bis 3 Stunden pro Woche) durchgeführt werden soll und dennoch genügend Zeit für den regulären Deutschunterricht zur Verfügung steht.

Darüber hinaus organisiert die Bildungsabteilung jedes Jahr eine Studienreise für Deutschlehrer und -studenten nach Deutschland, woran zirka 120 Personen beteiligt sind. Sie besuchen unter anderem deutsche Schulen, Museen und andere Sehenswürdigkeiten und lernen dadurch unter Praxisbezug über Deutschland. Auch der interkulturellen Kompetenz im Unterricht kommt eine wichtige Rolle zu.

Darüber hinaus werden die Deutschlehrer und Deutschstudenten vonseiten des DIA auf deutsche Filmvorstellungen, Lesungen, Debatten, Buchpräsentationen und Kongresse mit deutschlandbezogenen Themen eingeladen. Eine enge Zusammenarbeit mit anderen Partnerinstituten ermöglicht der Organisation diese Art von Aktivitäten. Das DIA verfügt über Subventionsgelder vonseiten des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur, um Initiativen (z. B. in Bezug auf das Deutschlandbild oder im Hinblick auf die Motivation zum Fach Deutsch) von Organisationen in den Niederlanden, welche sich mit der deutschen Sprache beschäftigen, Subventionen gewähren zu können. Zwei wichtige Informationsträger basieren auf den beiden Webseiten des Instituts, welche sich durch ihre eigene Redaktion hervorheben. Das „Duitslandweb“ (www.duitslandweb.nl) ist eine der wichtigsten niederländischsprachigen Informationsquellen über Deutschland im Internet, die laut Charlotte Broersma häufig besucht wird. Auf der Webseite findet der Interessierte eine Übersicht über Aktivitäten des Instituts, aktuelle Berichterstattungen über Deutschland sowie ein ausführliches Nachschlagewerk zur deutschen Geschichte, Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Es existiert auch ein Lehrerportal mit Unterrichtsmaterialien, die Deutschlehrer im Unterricht verwenden können. Neben Deutschlehrern gelangen Schüler auf die Webseite, z. B. wenn ihre Lehrer sie auf den Internetauftritt verweist, um Übungen zu machen, oder wenn sie bestimmte Informationen über Deutschland für eine Hausarbeit oder ein Essay suchen.

Bei der Institutswebseite (www.duitslandinstituut.nl) handelt es sich um eine formellere, weniger besuchte Webseite, die Informationen über das Institut bereithält.

Weitere Kommunikationsinstrumente des DIA sind:

- Eine Direct Mail (Auflage von 2000 Stück), z. B. mit Ankündigungen für Lesungen, Filmvorstellungen, Buchpräsentationen oder Kongresse.
- Ein Prospekt (Auflage von 1800 Stück) mit einer Übersicht von Aktivitäten für das Fach Deutsch im weiterführenden Unterricht.
- Ein Flyer, welcher an das ganze Bildungsnetzwerk verschickt wird, um Deutschlehrer und Deutschstudenten über neue Kurse zu informieren.

- Ein Newsletter, der an zirka 2500 Deutschlehrer des weiterführenden Unterrichts per Post verschickt wird und über Aktivitäten sowie Veranstaltungen des Instituts informiert.

Das DIA besitzt einen positiven Effekt auf Maßnahmen und Aktivitäten aufgrund der folgenden Punkte:

- Die Besucherzahl der beiden Webseiten des DIA hat sich in den letzten Jahren erhöht.
- Aufgrund der vergangenen Jahre spürt das DIA, dass ihre Aktivitäten von einem sehr variierten Publikum besucht werden und dass die Zahl der Teilnehmer steigt. Vor allem die Filmvorstellungen und Studienreisen sind innerhalb kurzer Zeit ausgebucht.
- Das DIA erweitert permanent das Netzwerk, weil es jedes Jahr Aktivitäten mit Organisationen abschließt, mit denen es zuvor noch nicht zusammen gearbeitet hat. Dadurch fungiert das DIA immer stärker als Plattform, welche die verschiedenen Organisationen miteinander in Verbindung setzt, um dessen Ziele umzusetzen. Damit erhöht sich die Chance, weitere Projektgelder einzusammeln, neue Zielgruppen zu erreichen und die Namensbekanntheit des DIA zu erhöhen.

Charlotte Broersma berichtet darüber, dass das DIA beim Zustandekommen von Aktivitäten manchmal auf folgende zwei Hindernisse stößt. Das Institut verfügt über ein bestimmtes Budget, welches in den letzten fünf Jahren gleichgeblieben ist, obwohl jedes Jahr weitere Aktivitäten und Projekte organisiert wurden. Immer häufiger sind kreative Lösungen notwendig (Projekte werden z. B. von Dritten organisiert und finanziert), um die Kostensituation stimmen zu lassen.

Das zweite Hindernis basiert auf der Verkehrssprache von Events. Grundsätzlich wird Niederländisch gesprochen, weil das DIA auf eine niederländische Zielgruppe ausgerichtet ist. Wenn es sich aber um eine Aktivität vonseiten des DIA handelt, auf der auch deutsche Gäste eingeladen sind, wird immer die Frage aufgeworfen, ob die Verkehrssprache Deutsch oder Englisch sein soll. Manchmal stößt das DIA auf Widerstand von niederländischen Anwesenden, welche die deutsche Sprache nicht ausreichend beherrschen, wenn Ansprachen auf Deutsch abgehalten werden. Andererseits bevorzugt das DIA die Meinung, dass ein guter deutscher Sprecher seine Rede auf Deutsch halten soll, weil er sich in seiner Muttersprache besser ausdrücken kann.

3.2.4.2 Das Goethe Institut – Rainer Manke

Innerhalb des Arbeitsbereichs zur Förderung der deutschen Sprache ist das Goethe Institut auf verschiedenen Gebieten aktiv. Es bietet Sprachkurse für alle Niveaustufen des

gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen an (von A1 bis C2). Es existiert die Wahl für allgemeine Sprachkurse, Sprachkurse für Jugendliche sowie Studien- und berufsbezogene Sprachkurse. Infolge der verschiedenen Sprachkurse spielt die landeskundliche Komponente eine wichtige Rolle. Rainer Manke erklärt, dass es nicht nur darum geht, die Sprache zu lernen, sondern auch darum, die deutsche Kultur anhand von landestypischen Situationen kennenzulernen. Viele Leute, die zum Goethe Institut kommen, besitzen ein bestimmtes Interesse, z. B. weil sie in Deutschland wohnen und/oder arbeiten, oder in einer gemischten Partnerschaft leben. Es ist dann sehr hilfreich anhand von Alltagssituationen (z. B. in einem Restaurant oder in einem deutschen Geschäft) die Sprache zu erlernen.

Die Bildungsabteilung des Goethe Instituts organisiert ansonsten Fortbildungen für Deutschlehrer sowie auch Projekte und Wettbewerbe für Schüler im weiterführenden Unterricht. Die Fortbildungen für Deutschlehrer haben das Ziel, die Unterrichtsmethodik zu verbessern. Das Goethe Institut sieht es als eine wichtige Aufgabe an, durch Vermittlung von Kenntnissen über Deutschland ein interkulturelles Lernen zu integrieren und trotzdem dabei die Vorgaben des Curriculums zu berücksichtigen. Die Serie „Deutsch-Werkstatt“ wird sechs Mal im Jahr vonseiten des Goethe Instituts angeboten und findet großen Zuspruch. Es existiert auch für Deutschlehrer die Möglichkeit, Unterrichtsmaterialien auszuleihen, um den Deutschunterricht interessanter zu gestalten. Darüber hinaus können sie sich während eines halbtägigen Workshops in Bezug auf die Unterrichtsgestaltung beraten lassen.

Ein externes Event, das zweijährlich vom Goethe Institut zusammen mit dem DIA und dem Deutschlehrerverband organisiert wird, bildet der nationale Deutschkongress, eine große Deutschlehrerveranstaltung in den Niederlanden, an der zirka 300 Deutschlehrer teilnehmen. Die Fortbildungen und Kulturprogramme, welche angeboten werden, zeigen den Lehrern auf, wie aktuelle Themen auf kreative Weise innerhalb des Deutschunterrichts behandelt werden können.

Auch bietet das Goethe Institut Stipendienprogramme für Deutschlehrer in der Bundesrepublik an. Es werden infolgedessen an einem Goethe Institut verschiedene Kurse im Rahmen einer sprach- und landeskundlichen Fortbildung angeboten. Das Goethe Institut schätzt den Gedanken sehr, dass Deutschlehrer sich authentisch mit einem Land beschäftigen und ist der Meinung, dass diese Art der Auslandserfahrung dazu beitragen kann, dass Schüler den Deutschunterricht zunehmend attraktiver finden. Rainer Manke erläutert, dass Schulbücher ganz wichtige Lehrmittel darstellen, aber bereits dann veraltet sind, wenn sie erscheinen. Aufgrund dessen betont er die Bedeutung von aktuellen Themen innerhalb des

Deutschunterrichts. Rainer Manke ist ein großer Befürworter der Initiative Fremdsprachenassistenten für das Fach Deutsch vom „Europees Platform“. Jedes Jahr kommen zirka 20 Studenten, die eine Lehrerausbildung in Deutschland oder Österreich durchlaufen, ein Jahr lang an niederländische Schulen, um als Fremdsprachenassistent zu arbeiten. Das Goethe Institut in den Niederlanden organisiert verschiedene Ausbildungsprogramme für diese Fremdsprachenassistenten. Rainer Manke erklärt, dass die jungen Muttersprachler als eine Verbindung zwischen Lehrern und Schülern sehr wertvoll sind und einen positiven Beitrag zur Position des Faches Deutsch leisten.

Auch für Schüler organisiert das Goethe Institut Aktivitäten, um sie für Deutschland und die deutsche Sprache zu sensibilisieren. Beispielsweise findet jährlich seit 1992 in Kooperation mit der Deutschen Internationalen Schule in Den Haag ein Literaturwettbewerb für Oberstufenschüler in den Niederlanden statt, an dem jedes Jahr zirka 150 Schüler teilnehmen. Ziel des Literaturwettbewerbs ist es, die deutsche Literatur den niederländischen Schülern näherzubringen, indem Texte von einem deutschsprachigen Autor ins Niederländische übersetzt werden. Der Hauptpreis, ein dreiwöchiger Jugendsprachkurs in Deutschland, wird vom Goethe Institut gestiftet.

Auch im Bereich des Austauschs ist das Goethe Institut aktiv. So existiert das Prämienprogramm, welches in Zusammenarbeit mit der Europees Platform und dem Lehrerverband Lebendige Sprachen organisiert wird. Jedes Jahr erhalten 20 Schüler die Gelegenheit, an einem zweiwöchigen Programm in Deutschland teilzunehmen. Der Aufenthalt wird in deutschen Familien organisiert, darüber hinaus finden Exkursionen und Begegnungen mit Schülern und Lehrern des weiterführenden Unterrichts statt.

Ein anderes Programm, „Schulen: Partner der Zukunft“, wird zusammen mit zwei Partnerschulen in Deutschland organisiert. An zwei weiterführenden Schulen in den Niederlanden (Montesori lyceum in Amsterdam und Stedelijk Lyceum in Enschede) werden Stipendien für Schüler angeboten, um an einem dreiwöchigen internationalen Programm teilnehmen zu können. Dieses besteht aus einem Sprachkurs, Exkursionen und der grundsätzlichen Konversation mit anderen Schülern in deutscher Sprache. Der internationale Gesichtspunkt ist dabei ganz wichtig; durch die Begegnung von Deutschlernern aus aller Welt (u.a. Japan, Brasilien, Canada) existiert die Möglichkeit zu einem interkulturellen Austausch im Klassenraum.

Rainer Manke erklärt, dass die Programme stark dazu beitragen, Schülern ein authentisches Bild von Deutschland zu vermitteln.

Auch versucht das Goethe Institut immer wieder aktuelle Angebote zu offerieren. Vor ein paar Jahren hat die junge deutsche Rockband „Lauter Leben“ aus Köln eine Woche lang verschiedene niederländische Schulen besucht und dort Konzerte und Workshops auf Deutsch durchgeführt. Aufgrund des Interesses an Musik eröffnete sich die Möglichkeit, die Schüler auch für die deutsche Sprache zu begeistern. Sie hören die Musik, arbeiten mit den Texten und schreiben letztendlich hinsichtlich der Lieder von „Lauter Leben“ inspiriert an ihren eigenen Songs.

Entsprechende Aktivitäten werden auf der Webseite des Goethe Instituts publiziert, außerdem erhalten Interessierte regelmäßig Newsletter über weiterführende Schulen mit aktuellen Informationen.

Für das Goethe Institut ist es aufgrund der hohen Besucherzahlen ihrer Veranstaltungen sowie vieler positiver Reaktionen ersichtlich, dass ihre Aktivitäten einen positiven Effekt ausüben. Rainer Manke merkt an, dass Aktivitäten für Deutschlehrer auf freiwilliger Basis stattfinden und vonseiten der Lehrkörper gut angenommen werden. Häufig sind Fortbildungsseminare innerhalb kurzer Zeit ausgebucht, es existieren sogar Wartelisten und manchmal werden Veranstaltungen aufgrund des hohen Beliebtheitsgrades wiederholt. Auch erhält er regelmäßig die Rückmeldung vonseiten der Deutschlehrer, dass die Schüler aufgrund der Workshops eine höhere Motivation im Deutschunterricht aufzeigen.

Rainer Manke erläutert, dass die finanzielle Unterstützung vonseiten des Auswärtigen Amtes einen großen Einfluss auf die Anmeldungen für Aktivitäten des Goethe Instituts hat. Durch das ausreichende Budget für Projekte ist das Goethe Institut in der Lage, Projekte für Deutschlehrer und Schüler zu relativ geringen Gebühren oder sogar kostenlos anbieten zu können, wodurch letztendlich weitere Interessierte davon partizipieren können.

Eine Verbindung mit lokalen Organisationen, die sich mit der deutschen Sprache in den Niederlanden beschäftigen, ist für das Goethe Institut essentiell. Rainer Manke erklärt, dass dieser Aspekt ein ganz wichtiges Prinzip des Goethe Instituts als ausländische Institution darstellt, sämtliche Aktivitäten möglichst kooperativ mit einheimischen Partnern durchzuführen. Vor allem mit Organisationen wie dem DIA, Deutsch macht Spaß, dem Deutschlehrerverband und der „Europees Platform“ schätzt Rainer Manke die Zusammenarbeit sehr.

Um die Interessierten mit Informationen über aktuelle Maßnahmen anderer Organisationen sowie gemeinsame Projekte zur Förderung der deutschen Sprache zu versorgen, findet drei bis vier Mal im Jahr der „Ronde Tafel Overleg Duits“ (Runder Tisch: Gespräche mit Bezug zur deutschen Sprache) statt, an der Repräsentanten verschiedener Organisationen partizipieren.

3.2.4.3 Die Arbeitsgruppe „Deutsch macht Spaß“ – Kees van Eunen

Das anvisierte Ziel von Deutsch macht Spaß (DMS) besteht darin, interessante Unterrichtsmaterialien zu gestalten, welche die Schüler in Bezug auf Deutschland und die deutsche Sprache motivieren, um letztendlich mehr Freude am Fach Deutsch zu entwickeln. Die Arbeitsgruppe behandelt gelegentlich aktuelle Themen innerhalb des Unterrichts anhand von Unterrichtsmaterialien, die die Deutschlehrer zusätzlich zum gängigen Lehrstoff einsetzen können.

Die direkte Zielgruppe des Vereins sind Deutschlehrer für den weiterführenden Unterricht, sodass auch die indirekte Zielgruppe, die Schüler, erreicht werden kann.

Die Webseite von Deutsch macht Spaß richtet sich demzufolge hinsichtlich der Kommunikation an Deutschlehrer, welche die Unterrichtsmaterialien innerhalb des Deutschunterrichts einsetzen können. Viele Deutschlehrer wissen den vorteilbringenden Effekt der Webseite zu schätzen und machen Gebrauch von der Didaktisierung. Laut Kees van Eunen trägt das kostenlose Herunterladen von Unterrichtsmaterialien sowie die kostenfreie Lieferung von Broschüren durch den Zorn Verlag sicherlich dazu bei. Damit die Webseite auch von Deutschlehrern im Ausland genutzt werden kann, hat man sich dahingehend entschieden, die Webseite in deutscher Sprache darzustellen. Generell verläuft die Kommunikation vonseiten DMS mit Deutschlehrern über diese Webseite. Die Vorteile beziehen sich auf die Möglichkeit, die Webseite schnell zu aktualisieren und anzupassen und mithilfe von geringen Kosten Deutschlehrer zu erreichen. Auf der Webseite von DMS sind viele Materialien für den Deutschunterricht verfügbar, die für verschiedene Stufen (von den letzten zwei Klassen der Grundschule und für alle Stufen im weiterführenden Unterricht) geeignet sind. Es stehen unterschiedliche Aufgaben, Didaktisierungen, Unterrichtsideen und -materialien von unter anderem deutschen Filmen, Musik, Sport, Märchen und über die deutsche Kultur zur Verfügung. Die Schüler werden auf eine spielerische Art und Weise durch den Lehrstoff geführt und es wird viel Wert darauf gelegt, dass die Didaktisierungen Interaktion zulassen. So gibt es zum Beispiel ein Poster mit der Landkarte von Deutschland, worauf Bilder mit allerhand relevanten landeskundlichen Themen zu sehen sind, welche innerhalb des Deutschunterrichts besprochen werden können.

Jedes Jahr verwirklicht DMS in Kooperation mit dem Goethe Institut ein neues Thema, um Interesse für die deutsche Sprache und Kultur zu wecken. In diesem Zusammenhang ist auch die „Wühlkiste Poesie“, ein Paket zum Umgang mit Lyrik, sowohl für Anfänger als auch für Fortgeschrittene zustande gekommen. Das Paket, mit dem Ziel Interesse für Poesie zu wecken, ist vor dem Hintergrund entwickelt worden, dass nur wenige Deutschlehrer Poesie

innerhalb des Deutschunterrichts behandeln. Der Deutschlehrer kann eigenmächtig wählen, ob er die Pakete im Unterricht als Ganzes nutzt oder nur einzelne Teile einsetzt.

Mittlerweile sind auch bereits verschiedene Broschüren mithilfe von DMS entwickelt worden, die im Unterricht eingesetzt werden können und ein wichtiges Instrument für das Image Deutschlands und der deutschen Sprache darstellen. Die Broschüren sind jedes Mal schnell vergriffen, weil sie auf große Beliebtheit stoßen. Anhand von verschiedenen Aufgaben und Spielen über unter anderem deutsche Marken, Sport, Musik und die deutsche Geschichte, lernen die Schüler vieles im Hinblick auf deutsche Sprache und Kultur sowie Beziehungen zwischen den Niederlanden und Deutschland. Die Schüler entdecken, wie wichtig die deutsche Sprache ist und lernen Interessantes und Wissenswertes über Deutschland kennen. Von der Broschüre „Kommst du mit?“ ist mittlerweile bereits die fünfte Ausgabe herausgegeben worden. Die 25.000 Exemplare der vierten Edition waren innerhalb von vier Monaten vergriffen. Die Broschüre richtet sich an Schüler der letzten Klasse der Grundschule und an Lernende der Unterstufe des weiterführenden Unterrichts. Aus diesem Grund ist die Broschüre auf Niederländisch herausgebracht worden. Mithilfe einer Subvention des Goethe Instituts und des Deutschland-Instituts Amsterdam ist Ende 2011 eine deutschsprachige Version der Broschüre „Nah dran!“ erschienen. Diese richtet sich an Schüler der dritten Klasse des weiterführenden Unterrichts. Die Schüler befinden sich dann kurz vor dem Übergang in die Oberstufe, kurz bevor sie sich noch für eine weitere Fremdsprache entscheiden müssen. Inzwischen ist auch von dieser Broschüre ein Nachdruck lieferbar, weil auch die erste Ausgabe großen Anklang fand. Die Arbeitsgruppe DMS arbeitet intensiv mit dem Goethe-Institut Niederlande, dem Duitsland-Institut Amsterdam und der Sektion Deutsch von Levende Talen zusammen. Kees van Eunen ist zufrieden mit der Zusammenarbeit der Organisationen, weil sie alle ein gemeinschaftliches Ziel verfolgen und kein Konkurrenzdenken auftritt. Er schätzt vor allem sehr die Treffen vom „Ronde Tafel Duits“. Auch über den Erfolg der DMS Webseite gibt Kees van Eunen sich sehr zufrieden. Die große Abnahme der Unterrichtsmaterialien und Broschüren von Deutschlehrern zeigt die Beliebtheit der Produkte. Auch ist er der Meinung, dass viele Deutschlehrer wachgerüttelt worden sind, was dem Deutschunterricht zugutekommt.

Ein Hindernis mit dem sich Deutsch macht Spaß als ehrenamtliche Organisation immer wieder konfrontiert sieht, basiert auf der geringen Arbeitszeit ihrer Mitarbeiter. Weil sie auf ehrenamtlicher Basis arbeiten, besitzen sie weniger Zeit als reguläre Mitarbeiter und es gestaltet sich schwieriger, plangemäß zu arbeiten und bestimmte Deadlines zu halten. Ein anderer Nachteil einer ehrenamtlichen Organisation basiert auf den geringen Geldmitteln, die

für die Entwicklung von neuen Produkten zur Verfügung stehen. Für jedes Produkt muss ein (neuer) Subventionspartner gesucht werden, damit es finanziert wird und überhaupt zustande kommen kann.

3.2.4.4 Der Deutschlehrerverband „Levende Talen Duits” - Erwin de Vries

Die direkte Zielgruppe des Deutschlehrerverbandes „Levende Talen Duits” besteht aus Deutschlehrern, welche die Informationen während des Deutschunterrichts an Schüler weiter vermitteln. Zirka 600 Deutschlehrer sind Mitglied des Vereins und werden im Laufe des Jahres über die folgenden Kommunikationsmittel informiert:

Das wichtigste Kommunikationsorgan des Vereins stützt sich auf das „Levende Talen” Magazin, welches acht Mal im Jahr erscheint. Dieses Magazin informiert über sämtliche Sprachsektionen, welche vonseiten des Vereins angeboten werden und richtet sich hauptsächlich an Fremdsprachendozenten. Es werden journalistische Artikel in Bezug auf den Fremdsprachenunterricht publiziert und es werden praxisbezogene Themen implementiert. Neben dem „Levende Talen” Magazin erscheint vier Mal im Jahr die „Levende Talen” Zeitschrift. Sie gestaltet sich auch sektionsübergreifend und ist aus dem Gedanken entstanden, neue wissenschaftliche Erkenntnisse zum Fremdsprachenunterricht für Dozenten zugänglich zu machen. Weiterhin informiert die Sektionsleitung ihre Mitglieder mehrmals pro Jahr mittels eines Newsletters per E-Mail über wichtige Neuigkeiten, Erkenntnisse und Veranstaltungen.

Es gibt verschiedene Aktivitäten, die vonseiten des Deutschlehrerverbandes für Deutschlehrer des weiterführenden Unterrichts organisiert werden. Beispiele von wiederkehrenden Aktivitäten umfassen den „Nationalen Studientag”, das „Examenforum” und den „Nationalen Kongress Deutsch”. Der „Nationale Studientag” wird jährlich vom Deutschlehrerverband organisiert. Zur Zielgruppe gehören Sprachenlehrer des weiterführenden Unterrichts, des Berufsfachunterrichts und des Erwachsenenunterrichts. Der Studientag informiert über Entwicklungen in Bezug auf Fremdsprachen. Darüber hinaus werden Präsentationen und Workshops angeboten sowie ein Informationsmarkt mit verschiedenen Herausgebern initiiert, der neue Kenntnisse und Inspirationen für den Unterricht anbietet. Nach Teilnahme am gesamten Programm erhalten die Lehrer als Nachweis ein Fortbildungszertifikat. Zusammen mit der Webseite Duits.de organisiert der Deutschlehrerverband innerhalb der Examenzeit ein „Examenforum” und regionale Examensbesprechungen für Deutschlehrer. Das „Examenforum” bietet die Möglichkeit, Fragen und Probleme in einer Gruppe mit

Fachkollegen zu besprechen, außerdem wird für die Prüfungskommission eine Empfehlung zur Normierung des Examens vorgeschlagen.

Auch für Schüler des weiterführenden Unterrichts mit dem Fach Deutsch in ihrem Fächerpaket, werden mittels des Deutschlehrerverbands verschiedene Aktivitäten initiiert. Ein Beispiel dessen ist die jährliche „Nationale Deutscholympiade“, die in Zusammenarbeit mit dem Goethe Institut und dem DIA organisiert wird. Die „Nationale Deutscholympiade“ ist ein Wettbewerb mit verschiedenen Prüfungsteilen, wobei die Lese-, Hör-, Sprech- und Schreibfähigkeiten der Teilnehmer nach dem Niveaustufen des Europäischen Referenzrahmens geprüft werden. Weil die Anmeldungen in den letzten Jahren erheblich zugenommen haben (von 20 Anmeldungen Anfang des Jahres 2000 bis 90 Anmeldungen in 2011), gibt es heutzutage mehrere Vorrunden. Das Finale findet am Goethe Institut in Amsterdam statt und die Gewinner nehmen an der internationalen Deutscholympiade in Deutschland teil, wo sich Schüler aus aller Welt begegnen.

Um Interesse für die deutsche Sprache und Deutschland zu wecken, organisiert der Deutschlehrerverband bereits seit mehr als 25 Jahren in Zusammenarbeit mit dem „Europees Platform“ und mit dem pädagogischen Austauschdienst, Studienreisen nach Deutschland. Das Programm ist mithilfe der Bundesrepublik Deutschland initiiert worden, mit dem Gedanken, bei den Schülern das Interesse für ein Deutschstudium zu wecken. Es werden 20 Stipendien unter Schülern der fünften Klasse des Gymnasiums verteilt, die entweder am Sprachkursprogramm oder am Preisträgerprogramm teilnehmen können. Beim Sprachkursprogramm halten die Schüler sich drei Wochen bei Gastfamilien in Nürnberg und Regensburg auf und das Preisträgerprogramm umfasst eine vierwöchige Reise durch Deutschland in einer internationalen Gruppe mit Altersgenossen.

Eine weitere Initiative des Deutschlehrerverbandes besteht aus dem jährlichen Examensarbeitswettbewerb Deutsch, der in Kooperation mit dem „Vaklokaal Duits“ seit 2002 organisiert wird. Voraussetzung ist, dass die Arbeit entweder auf Deutsch geschrieben wurde oder ein deutsches Thema umfasst. Das Ziel des Wettbewerbs basiert darauf, ein Bewusstsein bei Lehrern und Schülern für die Wahlmöglichkeit eines deutschen Themas zu wecken.

Obwohl jedes Jahr lediglich wenige Einsendungen zu verzeichnen sind, ist Erwin stolz darauf, dass die Sektion Deutsch als einziges Fremdsprachenfach einen Examensarbeitswettbewerb anbietet. Die Preise werden persönlich durch den deutschen Botschafter in Den Haag übergeben.

Erwin de Vries ist nicht unzufrieden über die heutige Situation des Deutschlehrerverbandes, aber er nennt bereits ein paar Punkte, die verbesserungsfähig sind. Er würde zum Beispiel

gerne sehen, dass die Zahl der Mitglieder des Deutschlehrerverbandes sich erhöht. Von den insgesamt 4000 Deutschlehrern, die es in den Niederlanden gibt, sind lediglich zirka 600 Mitglied im Deutschlehrerverband. Die Situation lässt sich durch das Imageproblem des Vereins erklären. Von alters her manifestiert sich der Deutschlehrerverband als ein Verein für Sprachenlehrer mit Lehrbefähigung für die Oberstufe. Der weitaus größte Teil der Deutschlehrer mit einer Lehrbefähigung für die Unter- und Mittelstufe ist aus diesem Grund kein Mitglied des Deutschlehrerverbandes. Auch bedauert Erwin de Vries es, dass der Verein Lebende Sprachen Ende der neunziger Jahre die Chancen des Internets verpasst hat. Er ist viel zu spät auf die Online-Kommunikationsmöglichkeiten eingegangen. Die Webseite existiert erst seit 2005 und viele Informationen sind ausschließlich für Mitglieder zugänglich. Die Online-Klassenzimmer (z.B. unter www.duits.de), welche in 1996 entstanden sind, haben den Platz eingenommen und sind vielbesuchte Webseiten. Ein anderer Punkt, auf den Erwin de Vries stößt, umfasst die Erneuerung von Unterrichtsmaterialien. Er konnte während seiner Laufbahn als Deutschlehrer konstatieren, dass es schwierig ist, einen Einfluss auf die Veränderung der Unterrichtsmaterialien vorzunehmen. Nach seiner Erfahrung haben die Herausgeber vor allem ihren Fokus auf den Verkauf gängiger Lehrbücher als das Risiko schlechter Verkaufszahlen in Kauf zu nehmen. Abschließend übt er Kritik an der Attraktivität des Faches Deutsch, wobei der Deutschlehrer laut ihm die wichtigste Rolle spielt. Er ist der Meinung, dass viele Deutschlehrer über keine ausreichenden Praxiserfahrungen verfügen, obwohl der Enthusiasmus und die Begeisterung der Lehrkräfte für das Fach von entscheidender Bedeutung für die Unterrichtsqualität sind. Über die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen, worunter das DIA, das Goethe Institut und die Arbeitsgruppe DMS zu verstehen ist, macht er einen zufriedenen Eindruck. Die zukunftsweisende Kooperation mit dem Online-Klassenzimmer Duits.de schätzt er sehr, weil er zum Verantwortlichen der Einrichtung, Paul Goosen, einen guten Kontakt pflegt, und dadurch die Adressenliste von Duits.de, die fast alle Deutschlehrer in den Niederlanden umfasst, für die Versendung von Mailings heranziehen darf.

3.2.5 Wunschbilder der Organisationen

3.2.5.1 Das „Duitsland Instituut“

Charlotte Broersma hat den Wunsch, dass in den kommenden Jahren die Zahl der Deutschschüler in den Niederlanden wachsen wird. Sie ist der Meinung, dass dadurch

automatisch das Wissen über Deutschland und damit das Interesse an der Bundesrepublik zunehmen wird.

Auch würde sie gerne in der Zukunft sehen, dass die Bedeutung Deutschlands für die Niederlande stärker ins öffentliche Bewusstsein der Niederländer gerückt ist. Das Deutschlandbild in den Niederlanden hat sich positiv verändert, aber sie ist der Ansicht, dass mehr Menschen sich dessen bewusst sein sollten, wie wichtig Deutschland aus wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und politischer Sicht für die Niederlande ist. Sie betont, dass es gerade heutzutage von essentieller Bedeutung ist, dass die Niederlande mehr Mühe, Zeit und Geld in Deutschland und die deutsche Sprache investieren sollen, weil die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Niederlande aus der Sicht Deutschlands weiter abnimmt.

Exemplarisch nennt Broersma die Euregio-Gebiete, welche die grenznahen Regionen der Niederlande und Deutschlands umfassen und eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen Bürgern, Unternehmen und Organisationen fördern, als Leitbild für das Gesamtgebiet der Niederlande. Laut ihrer Vorstellung sollten große Wirtschaftsunternehmen und Exportorganisationen, wie z. B. Fenedex, die Initiative ergreifen, sich zusammenzuschließen und einen Stimulierungsplan zu entwerfen. Sie wirft Fenedex vor, dass die Organisation bisher anhand von Untersuchungen über die Bedeutung der deutschen Sprache für die Niederlande Menschen überzeugt hat, aber selbst keine konkreten Maßnahmen ergriffen hat.

Letztendlich strebt sie in der Zukunft eine größere Bekanntheit des Deutschland Instituts an, welches nach ihrer Aussage vielen Menschen noch kein Begriff ist.

3.2.5.2 Das Goethe Institut

Rainer Manke würde gerne in der Zukunft sehen, dass mehr Schüler auf gehobenem Niveau Deutsch lernen. Im Idealfall sollten die Schüler Freude am Deutschunterricht bekommen, um auch eine Anregung zu erhalten, Deutschland als Tourist, Austauschschüler oder Praktikant zu besuchen. Rainer Manke sieht mehrere Vorteile in diesem Aspekt. Zunächst lernen die Studenten das Land und die deutsche Sprache sowie Kultur besser kennen, darüber hinaus verspricht eine Auslandserfahrung viel Neues für die eigene Persönlichkeitsentwicklung. Die Qualität des Deutschunterrichts in den Niederlanden bietet laut Rainer Manke noch Raum für Verbesserungen. Nach seiner Ansicht sollte ein einsprachiger Unterricht nach dem Prinzip „Doeltaal is voertaal“ (Zielsprache ist Verkehrssprache) initiiert werden, wobei ausschließlich auf Deutsch unterrichtet wird. Er bedauert sehr, dass der deutsche Fremdsprachenunterricht

in den Niederlanden überwiegend auf Niederländisch stattfindet. Das Goethe Institut möchte aufgrund dessen mittels Fortbildungen die Lehrer dazu ermutigen, möglichst viel Deutsch innerhalb des Klassenverbandes zu sprechen und verlangt auch vonseiten der Lehrer, dass diese die Schüler dazu ermutigen, sich auf Deutsch zu verständigen. Laut Rainer Manke hat sich in der Praxis erwiesen, dass die Deutschsprachkenntnisse sich aufgrund dessen schneller verbessern und der Unterricht interessanter wird. In vielen anderen europäischen Ländern ist dieses pädagogische Prinzip selbstverständlich, deswegen verwundert es Rainer Manke, dass die Niederlande, was diesen Punkt betrifft, so konservativ vorgehen.

3.2.5.3 „Deutsch macht Spaß“

Kees van Eunen gibt sich zufrieden mit der heutigen Situation des Faches Deutsch; es gibt eine breite Verankerung des Faches in der Grundschule, im weiterführenden Unterricht sind Teilfächer abgeschafft worden. Er erläutert weiterhin, dass es für die Initiative Deutsch macht Spaß als ehrenamtliche Organisation sinnlos ist, sich für eine neue Bildungsreform einzusetzen, stattdessen sind Zeit und Energie in durchführbare Projekte zu investieren. Kees van Eunen würde gerne sehen, dass der Deutschunterricht, wie er heute existiert, qualitativ verbessert wird. Er deutet dabei auf die Rolle des Dozenten hin, der derjenige ist, der die Schüler für das Fach begeistern muss. Seiner Meinung nach sollen die Dozenten bessere Kenntnisse und mehr Freude innerhalb des Unterrichts aufzeigen. Ansonsten hat Kees van Eunen den Wunsch, dass Deutsch macht Spaß neue Ideen für den Deutschunterricht entwickeln muss.

3.2.5.4 Verein „Levende Talen Duits“

Im Idealfall bleiben laut Erwin de Vries die Zahlen der Deutschschüler in den Niederlanden dann stabil, wenn die deutsche Sprache ihr staubiges Image losgeworden ist. Der Deutschunterricht wird dann infolgedessen nicht mehr mit viel Grammatik, schweren Wörtern und Präpositionslisten assoziiert.

Weiter wünscht er sich, dass das Fach Deutsch mit viel Freude und Leidenschaft vonseiten der Dozenten unterrichtet wird, damit das Interesse in Deutschland sowie für die deutsche Sprache bei den Schülern geweckt wird. Anhand seiner eigenen Praxis als Dozent besaß er einen positiven Einfluss auf die Entwicklung. Obwohl er sich fragt, wie die Reaktion der Schüler ausfallen würde, glaubt er fest daran, dass aus europäischer Sicht eine gute Lösung so

aussehen könnte, eine der beiden modernen Fremdsprachen (Deutsch oder Französisch) im weiterführenden Unterricht, als Pflichtfach einzuführen.

3.2.6 Schlussfolgerung

Anhand von Interviews mit Personen verschiedener Organisationen in den Niederlanden, welche sich mit der deutschen Sprache beschäftigen, lässt sich konstatieren, dass die Annahmen der Organisationen größtenteils miteinander in Einklang sind. Die Befragten sind froh darüber, dass sich das Deutschlandbild in den Niederlanden in den letzten zwei Dezennien positiv verändert hat und, dass das durch die Vergangenheit geprägte Deutschlandbild immer stärker in den Hintergrund tritt. Ihnen ist aufgefallen, dass Stereotype in Bezug auf Deutschland und die Deutschen ein neutraleres Verhältnis erhalten und dass sich ein stärkeres Interesse an Deutschland als (Reise-)Land und Kulturobjekt entwickelt hat. Das Deutschlandbild niederländischer Jugendliche hat sich seit den 1990er Jahren von negativ auf neutral verschoben. In den 1990er Jahren wurde das Deutschlandbild noch stark vom Zweiten Weltkrieg beeinflusst, obwohl heutzutage eher aktuelle Ereignisse (vor allem aufgrund der Verbreitung des Internets) das Deutschlandbild prägen. Die Jugendlichen betrachten Deutschland als ein Land mit schönen Städten, welches den Niederlanden sehr ähnlich ist. Sie interessieren sich weniger für die Deutschen selbst.

Über die heutige Situation des Deutschunterrichts an weiterführenden Schulen in den Niederlanden teilen die Befragten die Meinung, dass das Fach Deutsch unter Druck steht. Sie halten die Unterrichtsreform in 2007, wodurch das Fach Deutsch wieder als vollwertige Unterrichtseinheit angeboten wird, für eine Verbesserung, aber üben dennoch Kritik an der Tatsache, dass das Angebot vonseiten einer zweiten Fremdsprache im weiterführenden Unterricht so eingeschränkt wird und dadurch viele Schüler vom Fach Deutsch ausgeschlossen werden.

Auch bereitet es ihnen Sorge, dass die Zahl der Studenten, die sich für ein deutsches Studium entschieden haben, sehr gering ist, obwohl die Nachfrage nach Deutschlehrern im weiterführenden Unterricht immer größer wird. Sie befürchten, dass dieser Aspekt auf Kosten der Unterrichtsqualität gehen soll, oder sogar zu einer Abnahme der Stundenzahl des Faches führen soll. Da das Fach Deutsch nicht zum Kerncurriculum gehört, sind weiterführende Schulen nicht dazu verpflichtet, das Lehrfach anzubieten. Nur Rainer Manke vom Goethe Institut gibt sich als Einziger mit der heutigen Situation zufrieden, da aus seiner Sicht in den letzten Jahren die Zahl der Deutschschüler stabil geblieben ist und das Interesse am Fach Deutsch gleichbleibender Beliebtheit unterliegt. Er ist sich aber mit anderen interviewten

Personen darüber einig, dass vonseiten der Schüler ein bestimmtes Desinteresse am Fach Deutsch existiert. Die Befragten nennen folgende beeinflussende Faktoren, welche dieser Einstellung zugrunde liegen können. Erstens existieren unter Jugendliche noch immer veraltete Stereotypen über das Fach Deutsch (viel Grammatik und das Auswendiglernen von Präpositionslisten). Zweitens werfen sie dem Einfluss der englischen Sprache innerhalb der niederländischen Gesellschaft vor, dass die Notwendigkeit der deutschen Sprache in den Niederlanden geringer wird. Als dritten möglichen Grund für das Desinteresse niederländischer Jugendlicher gegenüber dem Schulfach Deutsch nennen die Befragten einen Mangel an Erkenntnis bei den Schülern, welche Bedeutung die deutsche Sprache für den späteren Beruf haben kann. Und als letzten Grund äußern sie den Einfluss des Faches Geschichte, in dem das Thema „Zweiter Weltkrieg“ ausführlich behandelt wird.

Die Befragten sind davon überzeugt, dass der Deutschlehrer (z. B. durch mehr Interaktion im Klassenraum oder durch das Behandeln von aktuellen Themen innerhalb des Unterrichts) in vielen Fällen für eine höhere Attraktivität des Faches sorgen kann.

Vonseiten der verschiedenen Organisationen werden viele Aktivitäten und Maßnahmen für Deutschlehrer und Schüler des Faches Deutsch zur Förderung der deutschen Sprache ergriffen. Die Organisationen richten ihre direkte Kommunikation an die Deutschlehrer des weiterführenden Unterrichts, über die sie mithilfe der Vermittlung von Informationen während des Deutschunterrichts die Schüler erreichen. Vor allem das Gesamtangebot der Organisationen bietet eine große Vielfalt und Varietät an Initiativen, die versuchen, ein möglichst nuanciertes Deutschlandbild zu vermitteln und das Fach Deutsch attraktiver machen sollen.

Es stehen für Deutschlehrer eine große Auswahl an Unterrichtsmaterialien für verschiedene Stufen zur Verfügung, die sie innerhalb des Deutschunterrichts einsetzen können.

Wiederkehrende Deutschlehrerveranstaltungen umfassen den „Nationalen Studientag“, den „Nationalen Kongress Deutsch“ und das „Examenforum“. Auch existieren Fortbildungen und Workshops für Deutschlehrer zum Thema Unterrichtsgestaltung, Stipendienprogramme für Deutschlehrer innerhalb der Bundesrepublik und Fremdsprachenassistenten an niederländischen Schulen für das Fach Deutsch. Zusätzlich gibt es regelmäßig Filmvorstellungen, Lesungen, Debatten, Buchpräsentationen und Kongresse mit deutschlandbezogenen Themen, an denen sie teilnehmen können. Die Deutschlehrer haben die Möglichkeit, sich bei verschiedenen Organisationen anzumelden, um auf dem aktuellen Stand zu bleiben. Sie werden daraufhin vonseiten der Organisationen mehrmals pro Jahr mittels eines Newsletters per E-Mail oder eines Magazins über wichtige Neuigkeiten und

Aktivitäten informiert. Die Deutschlehrer können sich auch selbstständig über die Webseiten der einzelnen Organisationen informieren.

Auch für Schüler im Fach Deutsch des weiterführenden Unterrichts werden vonseiten der Organisationen verschiedene Aktivitäten initiiert, um das Fach attraktiver zu gestalten. So gibt es jährlich Wettbewerbe wie das Hip-Hop-Projekt vom DIA, einen Literaturwettbewerb vom Goethe Institut sowie die „Nationale Deutscholympiade“ vom Deutschlehrerverband.

Auch werden Studienreisen und -programme nach Deutschland organisiert, um Interesse für die deutsche Sprache und Deutschland zu wecken. Auch durch die Arbeitsgruppe „Deutsch macht Spaß“ sind mittlerweile bereits verschiedene Broschüren entwickelt worden, welche im Unterricht eingesetzt werden können und ein wichtiges Instrument für das Image Deutschlands und der deutschen Sprache darstellen.

Alle Befragten konstatieren einen positiven Effekt aufgrund der Maßnahmen und Aktivitäten, welche von den verschiedenen Organisationen unternommen werden. Auch über die Zusammenarbeit und Verbindung mit anderen Organisationen in den Niederlanden, die sich mit der deutschen Sprache beschäftigen, sind sie zufrieden.

Darüber hinaus weisen die zukünftigen Wunschbilder der Befragten in Bezug auf die deutsche Sprache auf, dass die heutige Situation noch Raum für Verbesserungen bietet. Sie hoffen, dass die Qualität des Deutschunterrichts in den kommenden Jahren gesteigert wird und dadurch die Zahl der Deutschschüler zunehmen wird. Ihrer Meinung nach kommt dem Deutschlehrer dabei eine wichtige Rolle zu, weil er die Schüler für das Fach begeistern soll, damit das Interesse für die deutsche Sprache und Deutschland bei Schülern geweckt werden kann. Rainer Manke vom Goethe Institut äußert zusätzlich den Wunsch, dass der Deutschunterricht auf Deutsch, anstatt wie heutzutage überwiegend auf Niederländisch, stattfindet. Auch würden die Befragten in Zukunft gerne sehen, dass das Fach Deutsch sein staubiges Image losgeworden ist und die Bedeutung Deutschlands für die Niederlande stärker ins öffentliche Bewusstsein der Schüler gerückt worden ist.

4. Schlussfolgerung

Abschließend werden die Antworten auf die Forschungsfragen wie die Situation des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht ist, wie das Image Deutschlands, der Deutschen und der deutschen Sprache unter Schüler im weiterführenden Unterricht ist, und welche Faktoren einen Einfluss auf dieses Image haben, gegeben.

Viele Organisationen, Institute und einzelne Personen haben in den letzten Jahren ihre Besorgnis über die Zukunft des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht geäußert. Aufgrund einer Untersuchung vom Cito kann konstatiert werden, dass in den letzten Jahren ein Niveaurückgang des Faches Deutsch zu bemerken ist. Und laut einer Erhebung der Tageszeitung 'Trouw' bemühen sich Schüler vor allem im Fach Deutsch immer weniger darum, gute Noten zu erbringen. Als möglicher Grund für diesen Trend wird das wachsende Desinteresse am Fach Deutsch genannt.

Auch wurde in den letzten Jahren der Bedeutung der deutschen Sprache für die niederländische Wirtschaft viel Aufmerksamkeit gewidmet. Deutschland ist der mit Abstand wichtigste Handelspartner der Niederlande und die Niederlande bilden einen wichtigen Handelspartner für Deutschland. Verschiedene Untersuchungen aus den letzten Jahren (u.a. Fenedex, die Deutsch-Niederländische Handelskammer und das Ministerium für Unterricht, kulturelle Angelegenheiten und Wissenschaft) in Bezug auf die Bedeutung der deutschen Sprache für die Niederlande im internationalen Handel bestätigen den Bedarf an der deutschen Sprache. Häufig entgehen vor allem niederländischen Mittel- und Kleinunternehmen Chancen aufgrund eines Mangels an Deutschsprachkenntnissen und interkulturellen Kompetenzen (z. B. Kenntnis von deutschen Sitten und Bräuchen). Gerade durch das Wachstum der Europäischen Union und den Beitritt von vielen deutschsprachigen Ländern hat die deutsche Sprache einen noch wichtigeren Stellenwert erhalten. In vielen Fällen reicht die englische Sprache nicht aus, die Beherrschung der deutschen Sprache stellt eine Notwendigkeit dar, um Geschäfte mit Deutschland zu betreiben. Fenedex behauptet sogar, dass den Niederlanden durch unzureichende Deutschkenntnisse pro Jahr mindestens 7,85 Milliarden Euro entgehen.

Vor diesem Hintergrund war es interessant herauszufinden, wie sich das Image der deutschen Sprache in den Niederlanden darstellt.

Verschiedene Untersuchungen haben offengelegt, dass Niederländer vor allem über Deutschland und die Deutschen eine klare Meinung haben. Diese nationenbezogenen Images sind schwer zu ergründen, weil das niederländische Deutschlandbild, wie zuvor dargelegt, mit

vielen Entwicklungen und Ereignissen in Verbindung gebracht wird. Die Vergangenheit, das ungleiche Verhältnis zweier Nachbarstaaten und das Schaffen einer Gegenidentität sind im kollektiven Bewusstsein der Niederländer fest verankert und bestimmen dieses Bild mit. Unsere Einstellungen sind kulturell determiniert und gelten aufgrund dessen als entscheidender Faktor für die Beurteilung anderer Völker. Bereits im Vorhinein wird unsere Wahrnehmung, Beurteilung und unser Verhalten hinsichtlich anderer Nationen durch Vorurteile und Stereotype beeinflusst. Die Perspektive sowie das Phänomen der selektiven Wahrnehmung (Wahrnehmungsverzerrung zugunsten der Bestätigung des Stereotyps) offenbaren einen großen Einfluss auf die Entwicklung dieser Bilder. Dadurch existieren in den Niederlanden viele verschiedene (sogar gegensätzliche) parallele Images im Hinblick auf das Deutschlandbild. Die Subjektivität von Äußerungen hat die Analyse erschwert, weil man sich dadurch außerhalb des Gebiets, das prüfbar oder faktisch ist, befindet.

Im Allgemeinen kann gesagt werden, dass sich die Außenwirkung Deutschlands in den Niederlanden im letzten Jahrzehnt positiv verändert hat und dass es sich demzufolge um eine bleibende positive Entwicklung handelt. Es ist eine Normalisierung in Bezug auf Deutschland und die Deutschen eingetreten. Obwohl noch immer viele Stereotype und Vorurteile über Deutschland und die Deutschen existieren, bestimmen sie das tatsächliche Deutschlandbild der Niederländer nur in geringem Maße mit. Der Zweite Weltkrieg ist immer weniger Thema der Diskussion, die politischen und wirtschaftlichen Beziehungen sind gut, Deutschland wird als Reiseziel immer beliebter, deutsche Produkte stehen für eine gute Qualität und in Bezug auf den Fußball zwischen Deutschland und den Niederlanden kann konstatiert werden, dass von einer gesunden Rivalität die Rede ist.

Aufgrund der Besorgnis über die Zukunft des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht sind in den letzten zwei Dezennien verschiedene Untersuchungen zum Image Deutschlands und der deutschen Sprache unter niederländischen Jugendlichen durchgeführt worden.

Dadurch ist die Entwicklung ihrer Einstellung zu Deutschland und zum Schulfach Deutsch im Laufe der Zeit anschaulich geworden. Um ein möglichst repräsentatives Bild von der Situation und dem Image der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht in den Niederlanden abzubilden, habe ich neben den bestehenden Untersuchungen Personen verschiedener Organisationen interviewt, die sich in den Niederlanden mit der deutschen Sprache beschäftigen. Auf diese Weise wurde das Image nicht nur aus Sicht der Schüler beschrieben, sondern auch vonseiten einer anderen Perspektive beleuchtet. Auffallend ist aber, dass die Aussagen der Interviewten sehr im Einklang sind mit bisherigen Untersuchungen.

Im Jahr 1993 haben die Ergebnisse der Clingendael-Studie aufgrund des ausgesprochen negativen Deutschlandbilds niederländischer Jugendliche für viel Aufregung in den Niederlanden und Deutschland gesorgt. Mehr als die Hälfte der Befragten fanden die Deutschen arrogant und kriegslustig und sahen Deutschland als ein Land, das die Welt beherrschen will. In den Jahren 1995 sowie 1997 wurden zwei ähnliche Erhebungen ausgeführt. Die Einstellungen gegenüber Deutschland erwiesen sich als weniger negativ, aber dennoch konnte Deutschland innerhalb dieser Untersuchungen erneut die niedrigsten Sympathiewerte verzeichnen, darüber hinaus erhielt das Land die höchste Prozentzahl an negativen Einstellungen. Die wichtigste Erklärung dieser Untersuchung in Bezug auf diese Sichtweise basierte auf den in der Vergangenheit geprägten Emotionen (vor allem in Bezug auf den Zweiten Weltkrieg).

Aufgrund der Besorgnis vonseiten der Lehrer und Schulleiter in Bezug auf die Zukunft des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht wurde 2004 eine Untersuchung der Stiftung „Platform Duits“ zur Position der deutschen Sprache innerhalb der niederländischen Gesellschaft im Bildungswesen und in Geschäftsunternehmen durchgeführt. Die Bedeutung der deutschen Sprache wird aufgrund der Untersuchung von Unternehmern bestätigt. Auffallend war die große Zahl an negativen Assoziationen unter Jugendlichen zum Deutschunterricht (vor allem die Schwierigkeit der Sprache und die Grammatik). Assoziationen mit Deutschland und den Deutschen waren aber weniger emotionsgeladen im Vergleich zu den 1990er Jahren.

Die Untersuchung vom DIA im Jahre 2010 hinsichtlich der Sichtweisen von Schülern in Bezug auf Deutschland und das Fach Deutsch zeigt, dass von einem sehr negativen Deutschlandbild weiterhin nicht gesprochen werden kann. Was auffällt ist, dass die Meinungen in Bezug auf die deutsche Sprache sowie Deutschland sehr geteilt sind. Jugendliche ordnen Deutschland ähnlich wie die Niederlande ein, sie interessieren sich wenig für die deutsche Sprache sowie die Deutschen im eigentlichen Sinne. Dennoch wird aber kaum noch ein Werturteil gegenüber Deutschland oder den Deutschen geäußert. Bilder, die mit Deutschland assoziiert werden (Nachbarland, Fußball, Bier, Wurst, Berlin, Geschichte und Angela Merkel), werden im Gegensatz zu bisherigen Untersuchungen relativ neutral und allgemein gehalten. Es werden nur einige Ausdrücke in Bezug auf den Zweiten Weltkrieg genannt, um zu provozieren. Die negative Sichtweise niederländischer Jugendlicher gegenüber Deutschland, den Deutschen und dem Schulfach Deutsch haben demzufolge im Laufe der Zeit für einer uninteressierten Einstellung Platz gemacht.

Vonseiten der Schüler wird aber viel Kritik hinsichtlich der Praxis des Faches Deutsch im weiterführenden Unterricht geübt. Die Mehrheit der Schüler bevorzugt eine verstärkte Variation sowie Raum für spezielle Aktivitäten innerhalb der Unterrichtsstunde und möchte mehr über aktuelle Entwicklungen unterrichtet werden. Darüber hinaus wurde auch Kritik an der Tatsache geäußert, dass während der Deutschstunde nie oder nur selten Deutsch gesprochen wird, obwohl mehr als ein Drittel der Schüler angab, gerne verstärkt Deutsch zu sprechen.

Anhand von Interviews mit Organisationen hat sich zusätzlich herausgestellt, dass positive Erfahrungen (z. B. während des Urlaubs, eines Schüleraustauschs oder einer Klassenfahrt ins Ausland) das Interesse an Deutschland und den Deutschen stimulieren.

Die interviewten Personen sind sich dessen bewusst, dass das Fach Deutsch unter Druck steht. Auch der Gedanke, dass sich in nächster Zukunft wenig ändern wird, bereitet ihnen Sorge. Die Einstellung zum Fach hat höchstwahrscheinlich ihre Auswirkung auf das Deutschstudium an Hochschulen und Universitäten, welches sich in einem bedenklichen Zustand befindet und an manchen Bildungsinstituten durch eine Aufhebung bedroht wird. Es existieren jährlich nur ganz wenige Studenten, die sich für ein Deutschstudium entscheiden oder ein Nebenfach wählen, das mit der deutschen Sprache zu tun hat. Dass viele kompetente Deutschlehrer in den kommenden Jahren in Rente gehen und die Nachfrage von Deutschlehrern das Angebot übersteigen wird, sorgt für verstärkte Besorgnis. Dadurch droht die Gefahr einer Abnahme der Stundenzahl oder sogar die Abschaffung des Faches Deutsch, weil es nicht mehr dem Kerncurriculum angehört. Die interviewten Personen halten dies für eine beunruhigende Situation, weil sie ganz im Widerspruch zu dem Umfang des Geschäftsverkehrs zwischen den Niederlanden und deutschsprachigen Ländern steht. Sie stören sich vor allem an der Tatsache, dass die deutsch-niederländische Handelskammer und Exportorganisation Fenedex anhand von verschiedenen Untersuchungen die Wichtigkeit der deutschen Sprache in den Medien wiederholt betonen, aber selber auf dem Gebiet der Sprachenpolitik in den Niederlanden nicht aktiv sind.

Die Bildungsreform wird als ein großer Grund für die Verschlechterung der Situation des Zweitfremdsprachenunterrichts gesehen. Durch das neue Schulsystem der Oberstufe, welches in vier Ausbildungsprofile aufgeteilt ist, muss eine Zweitfremdsprache häufig als Wahlfach mit anderen Fächern konkurrieren oder Schüler werden im Vorhinein sogar von der Wahl einer Zweitfremdsprache ausgeschlossen. Nur Englisch hat als Pflichtfach eine prominente Rolle erhalten. Auch üben die interviewten Personen Kritik an der Tatsache, dass die Schüler so früh gezwungen werden, eine Entscheidung über ihre Examensfächer zu treffen. Sie sind

der Meinung, dass die meisten Schüler dann noch nicht in der Lage sind zu wissen, welche Fächer für die Zukunft essenziell sind.

Die Situation im weiterführenden Unterricht steht im starken Kontrast zur Sprachenpolitik der Europäischen Kommission, zu den Empfehlungen des Bildungsrates und zur Bedeutung der deutschen Sprache für die Niederlande. Die Europäische Kommission hat das lebenslange Sprachenlernen als zentrales Ziel ausgerufen, darüber hinaus existiert die gemeinsame Vorgabe mit den Mitgliedstaaten aus dem Jahr 2002, dass jedes Kind innerhalb der Europäischen Union neben seiner Muttersprache bereits im frühen Kindesalter mindestens zwei weitere Fremdsprachen erlernen soll. Das Erlernen von Fremdsprachen führt zusätzlich dazu, dass Kinder sich ihrer eigenen kulturellen Werte und Einflüsse bewusst werden und andere Kulturen zu schätzen lernen. Als konkrete Maßnahme, dieses Streben zu verwirklichen, wurde 2003 ein Arbeitsprogramm (Aktionsplan) erstellt, mit dem die einzelnen Mitgliedstaaten vereinbaren, den frühen Fremdspracherwerb und die sprachliche Vielfalt zu fördern. Die niederländische Regierung ist aber noch weit von diesem Ziel entfernt.

Einen weiteren Grund für das geringe Interesse am Fach Deutsch basiert auf der Dominanz der englischen Sprache. Die deutsche Sprache hat laut den Befragten seit Mitte 1990er Jahre durch einen steigenden Anteil der englischen Sprache Einbußen erlitten. Auch lost sich das Fach Deutsch aufgrund einer schwierig zu erlernenden umfangreichen Grammatik nur mühsam von seinem langweiligen Image.

Die Umgebung, in der Kinder aufwachsen, wird als wichtiger Faktor für die Beeinflussung des Deutschlandbildes niederländischer Jugendlicher genannt. Eltern, Großeltern und (Massen-)Medien spielen eine wichtige Rolle bei der Entwicklung ihrer Einstellung. Kinder übernehmen viele Bilder, in denen bestimmte Stereotype und Vorurteile bereits verinnerlicht sind, durch ihre Umgebung. Auch der (Geschichts-)Unterricht und die Schulbücher besitzen einen gewissen Einfluss. Die Befragten betonen, dass dem Deutschlehrer eine wichtige Rolle zur Imagegewinnung des Faches zukommt. Die Art und Weise, wie er unterrichtet, besitzt einen großen Einfluss auf die Attraktivität des Faches. Statt des traditionellen Unterrichts, wobei die Lehrkraft Wissen vermittelt und die Schüler zuhören, befürworten die Befragten eine interaktive Vorgehensweise, wobei vonseiten der Schüler verlangt wird, dass sie mit anderen Schülern interagieren und diskutieren. Auch betonen die Befragten die Bedeutung der aktuellen Themen innerhalb des Deutschunterrichts, weil nach ihrer Erfahrung das Deutschlandbild niederländischer Jugendlicher stark dahingehend beeinflusst wird. Sie haben konstatiert, dass aktuelle Gesprächsthemen einen positiven Einfluss auf das Image des Faches Deutsch ausüben, weil sie dafür sorgen, dass das Fach lebendiger wird.

Als ein weiterer Grund für das geringe Interesse am Fach Deutsch wird ein Mangel an Erkenntnis, welchen Stellenwert die deutsche Sprache für die niederländische Wirtschaft hat, genannt. Die Schüler sind sich dessen nicht bewusst, welche Bedeutung die deutsche Sprache für den späteren Beruf haben kann. Der Gedanken, dass man mit einem Deutschstudium in den Niederlanden nur Deutschlehrer werden kann, steht einer Wahl für ein Deutschstudium für viele Studenten im Wege. Die Motivation der Fächerwahl hält demzufolge noch viel Raum für das Fach Deutsch bereit. Auch in der Vermittlung dieser Informationen spielt der Dozent eine entscheidende Rolle.

Es existiert vonseiten verschiedener Organisationen eine große Vielfalt und Varietät an Aktivitäten und Maßnahmen für Deutschlehrer und Schüler des Faches Deutsch zur Förderung der deutschen Sprache in den Niederlanden. Sie versuchen alle, ein möglichst nuanciertes Deutschlandbild zu vermitteln und das Fach Deutsch attraktiver zu gestalten. Trotzdem ist die heutige Situation, wie Untersuchungen aufzeigen, noch in vielerlei Hinsicht verbesserungsfähig.

Gerade durch die Bedeutung der deutschen Sprache für die niederländische Wirtschaft ist es essenziell, dass das Fach Deutsch einen wichtigeren Stellenwert im weiterführenden Unterricht erhält. Die Schulleitung, Ausbildungskoordinatoren sowie Dozenten müssen sich über dieses Aspekts bewusst werden und konkrete Maßnahmen treffen. Auch wenn die Regierung dafür plädiert, der Zweitfremdsprache eine wichtigere Rolle im weiterführenden Unterricht zu geben, liegt die Verantwortung der Gestaltung von Unterrichtsstunden noch immer bei den weiterführenden Schulen. Der Fokus muss in den kommenden Jahren verstärkt auf die Qualität und Attraktivität des Deutschunterrichts gelegt werden. Auch würde für die Schulen eine Möglichkeit dahingehend bestehen, eine Bewusstmachung mittels Informationstreffen und Flyern für Schüler und deren Eltern zu initiieren, um den Stellenwert der deutschen Sprache für die Niederlande hervorzuheben.

Literaturverzeichnis

Beller, M. & Leerssen, J. (2007) *Imagology : the cultural construction and literary representation of national characters : a critical survey*. Amsterdam: Rodopi.

- Beller, M. (2007a) Perception, image, imagology, 3-16
- Leerssen, J. (2007a) Imagology: History and method, 17-32
- Rigney, A. (2007a) Discourse, 313-315
- Leerssen, J. (2007b) Identity/alterity/hybridity, 335-342
- Leerssen, J. (2007c) Image, 342-344
- Scherer, S. (2007a) Imagination, imaginary, 345-347
- Leerssen, J. (2007d) Literature, 351-354
- Göttlich, U. (2007a) Mass media 354-357
- Rigney, A. (2007b) Memory 360-363
- Beller, M. (2007b) Perspective, point of view 395-398
- Beller, M. (2007c) Prejudice 404-406
- Rigney, A. (2007c) Representation 415-418
- Maijala, M. (2007a) Schoolbooks 418-421
- Beller, M. (2007d) Stereotype 429-433

Birschel, A. (2008) *Do ist der Bahnhof. Nederland door Duitse ogen*.

Boekraad, C. (2001) *Zimmer frei. Nederland-Duitsland na 1945*. Zwolle: Uitgeverij Waanders. S. 60-73.

Busse, G. (2003) *Frau Antje und Herr Mustermann: Niederlande für Deutsche*.

Dunk, H.W von der. (1994) *Twee buren, twee culturen. Opstellen over Nederland en Duitsland*. Amsterdam: Prometheus.

Eichinger, L.M./ Albrecht, P. (2008) *Studien zur Deutschen Sprache. Forschungen des Instituts für deutsche Sprache. Das Deutsche und seine Nachbarn. Über Identitäten und Mehrsprachigkeit*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Flohr, A.K. (1995) *Nationenbilder: Nationale Vorurteile und Feindbilder. Wie entstehen sie, und warum gibt es sie?* In: Müller, Bernd/Wielenga, Friso (Hrsg.) (1995): *Kannitverstan? Deutschlandbilder aus den Niederlanden (Agenda Zeitlupe 6)*, Münster, S. 31-45.

Gemert, Guillaume van (2007) *Distanz und Nähe in der deutsch-niederländischen Begegnung. Zu den Chancen und Möglichkeiten von Grenzregionen*. In: *Gaesdoncker Blätter 9 (2007) S. 35-49*.

Groenewold, P. (1997a) "Land in Sicht" Landeskunde als Dialog der Identitäten am Beispiel des deutsch-niederländischen Begegnungsdiskurses. Universiteit van Groningen.

Groenewold, P. (1997b) Zerbrochene Spiegel. Gebroken Spiegels. Rekonstruktion des deutsch-niederländischen Begegnungsdiskurses. Universiteit van Groningen.

Groenewold, P. (2000) Het Nederlandse Duitslandbeeld in de negentiende en twintigste eeuw In: Vis, J. Moldenhauer, G. (2000) Nederland en Duitsland: elkaar kennen en begrijpen. Assen: Koninklijke van Gorcum, S. 223-238.

Hilbert, S. (2001) 'Zimmer frei?' Duits Nederlandse vakantieontmoetingen. In: Boekraad, C. (2001) Zimmer frei. Nederland-Duitsland na 1945. Zwolle: Uitgeverij Waanders, S. 78-81.

Jansen, Lutsen, B. (1995): Bekannt und unbeliebt. Das Bild von Deutschland und den Deutschen unter niederländischen Jugendlichen von fünfzehn bis neunzehn Jahren. Ergebnis einer Umfrage des Niederländischen Instituts für Internationale Beziehungen, Clingendael. In: Müller, B./ Wielenga, F. (1995) Kannitverstan? Deutschlandbilder aus den Niederlanden. Münster: Agenda Verlag, S. 15-29.

Kluck, N. (2009) Wohnt da nicht Frau Antje? Stereotype in Niederlande-Reiseführern. Marburg: Tectum Verlag.

Lademacher, H. (2001) De Duitse buur, aardig of irritant? In: Boekraad, C. (2001) Zimmer frei. Nederland-Duitsland na 1945. Zwolle: Uitgeverij Waanders, S. 60-73.

Leerssen, J. (2000) 'The Rhetoric of National Character: A Programmatic Survey'. In: Poetics Today 21/2 (2000): S. 267-292.

Linthout, D. (2000) Onbekende bureen. Amsterdam/Antwerpen: Atlas.

Lippmann, W. (1964) Die öffentliche Meinung. Rütten und Loening Verlag.

Meijer, D./ Tholey, M. (1997) Nationaal informatiecentrum leermiddelen. Het Duitslandbeeld in Nederlandse leermiddelen. Enschede: Insituut voor Leerplanontwikkeling (SLO).

Moldenhauer, G./ Vis, J. (Hrsg.). (2001) Die Niederlande und Deutschland. Einander kennen und verstehen. Münster: Waxmann Verlag.

Müller, B. (1995) Stille Tage im Klischee. Sinn, Unsinn und Entwicklung niederländischer Deutschlandbilder. In: Müller, B./ Wielenga, F. (1995) Kannitverstan? Deutschlandbilder aus den Niederlanden. Münster: Agenda Verlag, S. 15-29.

Müller, B./ Wielenga, F. (1995) Kannitverstan? Deutschlandbilder aus den Niederlanden. Münster: Agenda Verlag.

Oudenhoven, J.P. van (2000) Ontstaan en functie van vooroordelen en stereotypen. In: Paridon, K. van (2007) Deutschland und die Niederlande: Enge Wirtschaftsbeziehungen, aber es könnte noch enger und dadurch besser werden. In: Thomas, A./ Schlizio, B. 2007. Leben und arbeiten in den Niederlanden. Was Sie über Land und Leute wissen sollten. München: Van den Hoeck & Ruprecht, S. 135-159.

Reiß, S. (1997) Stereotypen und Fremdsprachendidaktik. Hamburg: Verlag Dr. Kovac.

Roth, K. (1998) „Bilder in den Köpfen“. Stereotypen, Mythen und Identitäten aus ethnologischer Sicht. In: Suppan, Arnold (Hrsg.) (1998): Das Bild vom Anderen. Identitäten, Mentalitäten, Mythen und Stereotypen in multiethnischen europäischen Regionen. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, S. 21-43.

Schürings, U. (2003) Zwischen Pommes und Praline. Mentalitätsunterschiede, Verhandlungs- und Gesprächskultur in den Niederlanden, Belgien, Luxemburg und Nordrhein-Westfalen. Münster: Agenda Verlag.

Spaniel-Weise, D. (2006) Länderbilder, Images und Stereotype aus der Sicht der empirischen Sozialforschung. In: M. Lercher, & A. Middeke (Hrsg.), Wider Raster und Schranken (S. 11-19). Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.

Spörl, U. (2006) Basislexikon Literaturwissenschaft. Paderborn: Verlag Ferdinand Schöningh.

Stanzel, F. K. (1997) Europäer. Ein imagologischer Essay. In: Stanzel, F. K. (1999) Europäischer Völkerspiegel. imagologisch-ethnographische Studien zu den Völkertafeln des frühen 18. Jahrhunderts. Universitätsverlag C. Winter: Heidelberg.

Thomas, A. (2003) Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Hrsg. Göttingen: Van den Hoeck & Ruprecht.

Thomas, A./ Schlizio, B. (2007) Leben und Arbeiten in den Niederlanden. Was Sie über Land und Leute wissen sollten. München: Van den Hoeck & Ruprecht.

Vis, J. Moldenhauer, G. (2000) Nederland en Duitsland: elkaar kennen en begrijpen. Assen, Koninklijke van Gorcum.

Wielenga, F. (2000a) Vom Feind zum Partner. Die Niederlande und Deutschland seit 1945. Münster; Agenda Verlag.

Wielenga, F. (2000) Zwischen Annäherung und Distanz – Niederländer und Deutsche seit 1945. In: Deutschland und seine Nachbarn. Hannover: Niedersächsische Landeszentrale für politische Bildung, S. 55-85.

Zeitungsartikel

Clevers, R. (2007) 'Gebrekkig Duits kost miljarden'. In: Het Algemeen Dagblad. 27.02.2007.

2007. "Gebrekkig Duits kost acht miljard". In: Het Parool. 11.04.2007.

Wieringen, J. van (2010) 'Hopen dat de Duitsers er snel uitliggen'. In: Zeitung 'Metro' 14.06.2010, S. 5.

Kropman, R. (2010) Kans op Revanche. In: Zeitung 'Spits' 07.07.2010, S. 1.

Boven, J. van (2012a) Irritatie als motivatie. Nederlands elftal gelooft nog altijd in volgende ronde. In: Zeitung 'Spits' 13.06.2012, S. 1.

Boven, J. van (2012b) Nieuw trauma is nabij. In: Zeitung 'Spits' 14.06.2012, S1.

Remarque, P. (2004) Bei uns ist alles besser. 11 redenen om van Duitsland te houden. In: De Volkskrant, 25.09.2004.

Westerlaken, N. (2009) Deutschland Bayreuth, Wagner met Bratwurst. In: De Volkskrant, bijlage: Reizen, 21.11.2009.

Savelberg, R. (2012) Duitsland doet het beter. In: De Telegraaf, 21.04.2012.

Zeitschrifte/ Broschüre

Beukering, B. van (2005) Zomerspecial Duitsland is oké. In: Volkskrant Magazine. Etten-Leur: Robo Smeets Etten, 16.07.2005.

Veelen, A. van (2009) Was ist los? Duitsland steeds populairder, maar het Duits blijft achter. In: Onze Taal, Goede Buren? Thema: Het Duits naast het Nederlands, 78e jaargang nr. 11.

Veelen, A. van (2008) Misverstand: Duits is rijtjes stampen. Wat gebeurt er bij de Kleine Letteren? Slot van een serie: Duits Mare Nummer 34, Leids Universitair Weekblad, 19.06.2008, pag. 6.

Pereboom Voller, R. (2012) Reiskrant, Dol op Duitsland. In: De Telegraaf Special. 04.08.2012.

Verhaag, S. (2004) Wie redt het schoolvak Duits? Het aantal leerlingen, studenten en docenten neemt al jaren af. Over het Verfall en de toekomst van een bijna exotische taal. In: Levende Talen Magazine 2004/2 S. 5-7.

Untersuchungen

Schirbel, S. (2005) Report – Deutsche Sprachkenntnisse in niederländischen Unternehmen. Europe Calling. Deutsche Botschaft, Den Haag. 25.01.2005.

Fenedex (2007) Factsheet Nederlandse export naar Duitsland. Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, Den Haag.

NBTC-Nipo Research (2011) Het Continu Vakantie Onderzoek (CVO), Basisrapport De vakantiemarkt in 2011, November 2011.

Internet

Algemeen Dagblad (2010) Recordtoeloop naar Oktoberfest München. Algemeen Dagblad, <http://www.ad.nl/ad/nl/2882/Oman/article/detail/1945504/2010/09/26/Recordtoeloop-naar-Oktoberfest-Munchen.dhtml>, 26.09.2010.

ANP (2012a) Duitsland populair bij Nederlander. Weer meer Nederlanders met vakantie naar Duitsland. Nos.nl, <http://nos.nl/artikel/348235-duitsland-populair-bij-nederlander.html>, 05.03.2012.

ANP (2012b) 'Nederland en Duitsland eensgezind over toekomst Europa', Volkskrant.nl, <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3274366/2012/06/20/Nederland-en-Duitsland-eensgezind-over-toekomst-Europa.dhtml>, 20.06.2012.

ANP (2011) Nederlanders gek op Duitsland. Trouw, <http://www.trouw.nl/tr/nl/4504/Economie/article/detail/1857171/2011/03/08/Nederlanders-gek-op-Duitsland.dhtml>, 08.03.2011.

Auswärtiges Amt (2012) Beziehungen zu Deutschland. Auswärtiges Amt, http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Niederlande/Bilateral_node.html, Zum letzten Mal aktualisiert: März 2012.

Brandsma, M. (2010) Nederlandse voetballers populair in Duitsland. NOS Nieuws, <http://nos.nl/video/137908-nederlandse-voetballers-populair-in-duitsland.html>, 18.02.2010.

Cranenbroek, P. (2011) 'Duitse hervormingen voorbeeld voor Europa' Duits-Nederlands Ondernemersforum wijst in crisis naar politiek. Duitslandweb.nl, <http://www.duitslandweb.nl/dossiers/overzicht/Duitsland+in+Europa/opinie-en-analyse/ondernemersforum-duits-model-voorbeeld-voor-europa.html>, 27.10.2011.

Cuperus, R. (2011) Duitsland is 'too big to fail'. Volkskrant.nl, <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2844/Archief/archief/article/detail/2438810/2011/05/30/Duitsland-is-too-big-to-fail.dhtml>, 30.05.2011.

DNHK (2010) Oktoberfeest populair in Nederland. Nederlands-Duitse Handelskamer, <http://www.dnhk.org/nl/nieuws/single-view/artikel/oktoberfeest-populair-in-nederland/?cHash=109307acc09efa95106ffc564c705bef>, 17.09.2010.

Dool, Pim van.. (2012) Terugkijken: Duitse president breekt in 5 mei-lezing voor Europa. NRC Handels blad. Url: <http://www.nrc.nl/nieuws/2012/05/05/terugkijken-duitse-president-breekt-in-5-mei-lezing-lans-voor-europa/>, 05.05.2012.

Duitsland Instituut Amsterdam (DIA) (2012) Duitslandweb, Naslagwerk, Nederland-Duitsland, Duitslandbeelden (n.d.), Duitslandweb.nl, <http://www.duitslandweb.nl/naslagwerk/Nederland-Duitsland/Duitslandbeelden>.

Funnekotter, B. von (2008) Niederländer entdecken Deutschland neu. Tagesspiegel, http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/niederlaender-entdecken-deutschland-neu/v_default,1184170.html, 08.03.2008.

Gebbink, A. (2006). Deutschkenntnisse - Wir sind ziemlich naiv. <http://www.unimuenster.de/HausDerNiederlande/Zentrum/Projekte/NiederlandeNet/DNL/KultBez/WeitereArtikel/deutschkenntnisse.html>.

Habraken, T. (2012) Made in Germany & Dutch Design. De Architect: <http://www.dearchitect.nl/blogs/2012/03/08/made-in-germany--dutch-design.html>, 08.03.2012.

Hendriks, S./ Veltman, F. (2009) NPS De Oorlog. Een tv-serie over de Tweede Wereldoorlog. Aflevering 9 De oorlog na de oorlog. Naoorlogse verhouding met Duitsland. <http://deoorlog.nps.nl/page/dossiers/781028/Naoorlogse+verhouding+met+Duitsland?afl=9>

Jonge, C. de (2006) Het vriendelijkste jongetje van de klas. Het WK draait boven alles om internationaal aanzien. Duitslandweb, <http://www.duitslandweb.nl/dossiers/archief/WK+2006/achtergrond/Internationaal+imago.html>, 23.05.2006.

Kuper, S. (2007) WK 2006 goed voor imago Duitsland. De Pers, <http://www.depers.nl/sport/71365/WK-2006-goed-voor-imago-Duitsland.html>, 12.06.2007.

Legewie, H. (2004) Vorlesungen zur Qualitativen Diagnostik und Forschung. Vorlesung 12: Gütekriterien und Qualitätssicherung qualitativer Methoden. Technische Universität Berlin, <http://www.ztg.tu-berlin.de/download/legewie/Dokumente/downloads.html>

Ludwig, D. (2007) Fehlende Deutsch-Kenntnisse schaden der Wirtschaft.
http://www.unimuenster.de/HausDerNiederlande/Zentrum/Projekte/NiederlandeNet/DNL/KultBez/WeitereArtikel/weniger_Deutsch.html.

Marktplaats.nl, Wel degelijk Duits: gevecht om titel “populairste occasion”. BMW en Mercedes meest gezocht op Marktplaats. Marktplaats Auto Weblog,
<http://kopen.marktplaats.nl/auto-s/weblog/wel-degelijk-duits-gevecht-om-titel-populairste-occasion/index.html>, 20.01.2012.

Pittlink, W. (2010) 'Duitsland wil zo graag aardig gevonden worden', Debat: Is Duitsland eindelijk een normaal land geworden?, Duitslandweb,
<http://www.duitslandweb.nl/actueel/uitgelicht/2010/6/Duitsland+wil+graag+aardig+gevonden+worden.html>, 07.06.2010.

Remmerswaal, Hidde (2010) Duitse ambassadeur komt toch niet naar Dodenherdenking. De Volkskrant. Url:
<http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2668/Buitenland/article/detail/976997/2010/01/08/Duitse-ambassadeur-komt-toch-niet-naar-Dodenherdenking.dhtml>, 08.01.2010.

Renfurm, J. (2009) Nederland en de Duitse eenwording. Historien.nl,
<http://www.historien.nl/nederland-en-de-duitse-eenwording/>, 07.11.2009

Rodenburg, L. (2012) Duitsland wil geen boeman zijn. Verspers,
<http://www.verspers.nl/?categorie=3&soort=artikel&id=626>, 02.04.2012

Rooy, M. de (2012) Duitse auto populair in Nederland. Het Financiële Dagblad:
<http://fd.nl/ondernemen/465994-1206/duitse-auto-populair-in-nederland>, 11.06.2012.

Schoonenboom, M. (2010) Lena, de pleister op de wonden van Duitsland. Volkskrant,
<http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2676/Cultuur/article/detail/994598/2010/05/30/Lena-de-pleister-op-de-wonden-van-Duitsland.dhtml>, 30.05.2010.

Slagter, W. 04.11.2002. ‘... sloot Nederland een Duitse president in het hart’
<http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/archief/article/detail/2581680/2002/11/04/sloot-Nederland-een-Duitse-president-in-het-hart.dhtml>

Spijkstra, G. (2010) Wij tegen de Duitsers: een achterhaald concept.
<http://www.versereclame.nl/2010/06/06/wij-tegen-de-duitsers/>, 06.06.2010.

Steenbergen, Enzo van. (2012) Joodse organisatie wil herdenken Duitsers op 4 mei verbieden. NRC Handelsblad. Url: <http://www.nrc.nl/nieuws/2012/05/08/joodse-organisatie-wil-herdenken-duitsers-op-4-mei-verbieden/>, 08.05.2012.

Trommelen, J. (2007) Nederland positief over Duitsers. Gelderlander,
<http://www.gelderlander.nl/algemeen/dgbinnenland/article1378120.ece>, 07.06.2007.

Trouw.nl (2006) Voetbalbond verbiedt Stahlhelmen,
<http://www.trouw.nl/tr/nl/4324/Nieuws/archief/article/detail/1694802/2006/03/08/Voetbalbond-verbiedt-Stahlhelmen.dhtml>, 08.03.2006.

Vries, P. de (2006) Anti-Duits? nrc.nl, <http://vorige.nrc.nl/sport/article1659304.ece>,
04.03.2006

Wenckemedia.nl (2012) Duitsland als trend 2011-2012. Concept inspiratie.
<http://www.wenckemedia.nl/2011/03/28/duitsland-als-trend-2011-2012-concept-inspiratie/>,
28.03.2012.

Anhang 1 – Interviewvragen Nederlands

Interview – Imago van de Duitse taal in Nederland

Welk beeld heeft (naam organisatie) van het Duitslandbeeld/het imago van Duitsland, Duitsers en de Duitse taal in Nederland? (Vooroordelen, stereotypen) Waar is dat op gebaseerd?

In hoeverre is (naam organisatie) op de hoogte van de huidige situatie/problematiek van het vak Duits op middelbare scholen? Waar is dat op gebaseerd?

Is de situatie in de laatste jaren (erg) veranderd? Zo ja, in welk opzicht?
Hoe is de situatie nu en hoe was die een jaar geleden? Waaruit blijkt dat?

Wat zijn de mogelijke redenen voor de afname/toename van de interesse voor het vak Duits op middelbare scholen? Mogelijke redenen:

- Het imago van het vak. (Stoffig, teveel grammatica, lelijke/moeilijke taal...)
- De docenten
- De regering (beleid); Het effect van de 2^e fase; Duits niet meer als verplicht vak.
- De geschiedenis van Duitsland. Bijvoorbeeld door het onderwerp 2^e Wereldoorlog tijdens het vak geschiedenis.
- De media (Het beeld dat geschetst wordt van Duitsland en de Duitse taal)

Wat is het hoofdzakelijke doel van (naam organisatie)?

Op welke vlakken zet (naam organisatie) zich in voor de bevordering van de Duitse taal?

Welke doelgroep probeert (naam organisatie) te bereiken?

Welke maatregelen onderneemt (naam organisatie) ter bevordering van de Duitse taal op middelbare scholen? Voorbeelden van georganiseerde/te organiseren activiteiten.

→ Projecten ter promotie van de Duitse taal.

Hebben jullie het effect van deze maatregelen/activiteiten weleens gemeten? Zijn de resultaten meetbaar?

Hebben jullie in jullie doelstelling een minimum aantal van de doelgroep die jullie wensen te bereiken?

Werken jullie samen met andere organisaties/instanties om jullie doelen te bereiken (het imago van de Duitse taal te bevorderen)? Voor verbetering vatbaar?

Welk beeld van Duitsland en de Duitse taal hebben jullie in Nederland voor ogen?
(Ideaalbeeld? En waarmee zijn jullie tevreden?)
(Bijvoorbeeld nieuw lesmateriaal/ nieuwe manier van lesgeven, Duits verplicht)

Zijn jullie obstakels/knelpunten bij de uitvoering van deze maatregelen/activiteiten tegen gekomen? (Bv. budget, bereikbaarheid doelgroep, slechte samenwerking...)

Anhang 2 – Interviewfragen Deutsch

Interview – Image der deutschen Sprache in den Niederlanden

Welches Bild hat das (Name der Organisation) vom Deutschlandbild/Image von Deutschland, von den Deutschen und von der deutschen Sprache in den Niederlanden? (Vorurteile, Stereotypen) Worauf beruht das Bild?

In wie weit ist (Name der Organisation) von der derzeitigen Situation/Problematik des Faches DaF im weiterführenden Unterricht auf dem Laufenden? Worauf beruht das?

Hat sich die Situation in den letzten Jahren sehr geändert? Wenn ja, in welcher Hinsicht? Woraus zeigt sich das?

Was sind die möglichen Gründe für eine Abnahme/Zunahme im Fach DaF im weiterführenden Unterricht?

Mögliche Gründe:

- Das Image des Faches DaF (zu kompliziert, langweilig, hässliche Sprache)
- Die Dozenten
- Die Politik; das Effekt von der 2ten Fase; DaF ist kein Pflichtfach mehr.
- Die Geschichte von Deutschland. Z.B. das Thema 2. Weltkrieg im Fach Geschichte.
- Die Medien. (Das Bild über Deutschland, das in den Niederlanden hervorgebracht wird).

Was ist das hauptsächliche Ziel von (Name der Organisation)?

Welche Zielgruppe versucht (Name der Organisation) zu erreichen?

Auf welche Bereiche hat das Goethe Institut sich bemüht für die Förderung der deutschen Sprache?

Welche Maßnahmen unternimmt (Name der Organisation) zur Förderung der deutschen Sprache im weiterführenden Unterricht? Beispiele von organisierte/ noch zu organisieren Aktivitäten.

Hat (Name der Organisation) den Effekt von diesen Maßnahmen/Aktivitäten mal gemessen? Sind die Resultate überhaupt messbar?

Gibt es in der Zielsetzung eine Minimum Anzahl der Zielgruppe, die (Name der Organisation) sich wünscht zu erreichen?

Mit welchen anderen Organisationen arbeitet (Name der Organisation) zusammen, um ihre Ziele zu erreichen? Ist diese Zusammenarbeit Verbesserungsfähig?

Welches (Ideal)Bild von Deutschland und der deutschen Sprache hat (Name der Organisation) vor Augen? Mit welcher Situation ist (Name der Organisation) zufrieden?
(Z.B: Neue Unterrichtsmaterialien, eine neue Weise von unterrichten, DaF als Pflichtfach)

Hat (Name der Organisation) bei der Ausführung von ihren Maßnahmen/Aktivitäten mit Hindernissen/Schwierigkeiten zu tun gehabt?
(Z.B. das Budget, die Erreichbarkeit der Zielgruppe, eine schlechte Zusammenarbeit...)

Anhang 3 – Audioaufnahmen der Interviews