

Multikulti, Walzer und Schokolade. Bilder und kulturelle Stereotype über Deutschland, Österreich und die Schweiz in DaF-Lehrwerken in Bulgarien

Alexandra Preitschopf, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt,
Oleg Aleksandrov, Süd-West-Universität „Neofit Rilski“, Blagoevgrad

Dr. Alexandra Preitschopf ist Postdoc-Assistentin am Institut für Geschichte der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Von 2016 bis 2021 war sie als Lektorin für den Österreichischen Austauschdienst am Institut für Germanistik der Universität Sofia tätig. Ihre Interessen liegen im Bereich der Zeitgeschichte, der Interkulturalität und Vorurteilsforschung.

E-Mail: alexandra.preitschopf@aau.at

Dr. Oleg Aleksandrov unterrichtet Deutsch an der Süd-West-Universität in Blagoevgrad und am Fremdsprachengymnasium in Montana. Seine Interessen liegen im Bereich der Methodik des Fremdsprachenunterrichts, der Mehrsprachigkeit und der Interkulturalität.

E-Mail: oleg.aleksandrov@swu.bg

Abstract: Unter dem Begriff *Stereotyp* wird gemeinhin eine vereinfachende, verallgemeinernde und klischeehafte Vorstellung von einer bestimmten Sache, Person, Bevölkerungsgruppe, Nation etc. verstanden. Stereotype sind hierbei als Teil des kulturellen Wissens von Gesellschaften und ihrer Diskurse zu betrachten und zu analysieren – Diskurse, die sich beispielsweise auch in DaF-Lehrwerken widerspiegeln. Der vorliegende Beitrag konzentriert sich auf die Stereotype und darüber hinaus auf die allgemeine Darstellung Deutschlands, Österreichs und der Schweiz in (in Deutschland herausgegebenen) DaF-Lehrbüchern, die im Schulunterricht in Bulgarien im Einsatz sind. Folgende Fragen stehen hierbei im Mittelpunkt: Wie werden Deutschland und (im Gegensatz hierzu) Österreich (und in Ansätzen die Schweiz) in den analysierten Lehrwerken dargestellt? Welche (vereinfachenden) Stereotype lassen sich hierbei als Teil von Image- und Identitätskonstruktionen ausmachen? In welchem Umfang werden Österreich und die Schweiz in den betreffenden Werken überhaupt thematisiert und welche wichtigen Aspekte in Bezug auf alle drei Länder finden keine Erwähnung?

Schlüsselwörter: Stereotype, „Nation-Branding“, DACH-Länder, DaF-Lehrwerke, Landeskunde

I. Einleitung – Stereotype, Diskurse und „Nation Branding“

Im Allgemeinen versteht man unter dem Begriff Stereotyp ein „vereinfachendes, verallgemeinerndes (...) Urteil“, ein „(ungerechtfertigtes) Vorurteil über sich oder andere oder eine Sache“ bzw. ein „festes, klischeehaftes Bild“ (Duden online). Das Wort Stereotyp selbst tauchte 1796 zum ersten Mal auf, als der französische Verleger Firmin Didot eine Erfindung in die typografische Praxis einführte, die es ermöglichte, den Preis für den Druck von Büchern erheblich zu senken. Während zuvor ein Text jedes Mal neugetippt werden musste, schlug Didot vor, die bereits ausgewählten Texte in Form von Abgüssen zu speichern, aus denen Metallplatten hergestellt wurden. Didot nannte seine Erfindung Stereotyp, indem er zwei griechische Wörter kombinierte: *στερεός* „fest“ und *τύπος* „Bild“. Seine Erfindung verbreitete sich nicht nur in Frankreich, sondern auch über dessen Grenzen hinaus, und das Wort Stereotyp drang aus der Fachwelt in die Umgangssprache ein. (Haß 2020: 87 f.)

1922 wurde der Begriff des Stereotyps von dem amerikanischen Publizisten Lippmann in den wissenschaftlichen Bereich eingeführt. In seinem Buch *Public Opinion* („Öffentliche Meinung“) von 1922 definiert er Stereotype als „Bilder im Kopf“ (Lippmann 1997 [1922]: 3 ff.) und betont deren mehrdeutigen Charakter: Einerseits sind Stereotype unvermeidbar und helfen uns, uns in einer komplexen Welt zu orientieren (Sommer 2017: 29; Willems 2020: 809). Andererseits

bergen sie eindeutig die Gefahr der Reduktion und Verzerrung und sollten daher immer in Frage gestellt bzw. kritisch hinterfragt werden (Haß 2020: 94). Dies gilt umso mehr, als Stereotype eine entscheidende Rolle bei der Wahrnehmung und Beurteilung anderer spielen – auf positive wie negative Weise. Sie werden begleitet von Verallgemeinerungen, pauschalen Zuschreibungen bzw. Zuschreibungen auf ganze Personengruppen, Ethnien, Länder oder Nationalitäten (Haß 2020: 89). In Verbindung steht dies oft mit der Abwertung des oder der anderen, um die Eigengruppe oder sich selbst aufzuwerten (Sommer 2017: 29).

Zusammenfassend sind Stereotype als Teil des kulturellen Wissens von Gesellschaften und ihrer Diskurse zu betrachten und zu analysieren, Diskurse, die sich beispielsweise auch in Schulbüchern widerspiegeln: Da diese staatlich genehmigt werden müssen, kommt ihnen eine Art normativer Charakter zu. Ihre Inhalte werden bewusst ausgewählt und als relevantes Wissen über und für eine Gesellschaft definiert. Gleichzeitig transportieren sie wichtige (aber oft vereinfachte) Selbst- und Fremdbilder. Dies ist von besonderem Interesse, wenn es um Stereotype geht: Wie Maria Inés Táboas-Pais und Ana Rey-Cao argumentieren, reproduzieren Schulbücher soziale Bilder und Settings, die die Komplexität der sozialen Realität reduzieren. Eine beträchtliche Menge an Informationen, die Schüler:innen gezeigt werden, erfolgt durch Bilder, die ohne vorherige Reflexion in deren kollektives Bewusstsein eindringen, und dies macht die ikonische Sprache zu einem sehr mächtigen Medium für die Reproduktion von Stereotypen. (Táboas-Pais / Rey-Cao, 2015: 1)

Da unsere Studie neben Stereotypen auch die allgemeine Selbstdarstellung Deutschlands und die Darstellung seiner deutschsprachigen Nachbarländer Österreich und Schweiz in (in Deutschland herausgegebenen) DaF-Lehrbüchern im Fokus hat, ist ein weiterer wichtiger Aspekt in diesem Zusammenhang das sogenannte *Nation-Branding*. Die Begriffe „national brand“ („Nationalmarke“) oder „country brand“ („Ländermarke“) definieren ein symbolisches Konstrukt, das die Attraktivität, Einzigartigkeit und Nachhaltigkeit einer Nation hervorheben und damit ein spezifisches Bild nationaler Identität erzeugen und kommunizieren soll. (Sršen 2018: 45-50) Dieses basiert normalerweise auf bereits im jeweiligen Land vorhandenen Vorstellungen, Assoziationen und Symbolen, die mit Bedacht ausgewählt werden, um in das konstruierte Bild zu passen. (Shelest 2017: 7)

Ausgehend von der Annahme, dass auch Schulbücher – insbesondere im Ausland vertriebene Lehrwerke für den Fremdsprachenunterricht – als Teil des *Nation-Branding* gesehen bzw. analysiert werden können, stehen für uns folgende Fragen im Mittelpunkt: Wie werden Deutschland und (im Gegensatz hierzu) Österreich (und in Ansätzen) die Schweiz in den analysierten Lehrwerken dargestellt? Welche (vereinfachenden) Stereotype lassen sich hierbei als Teil von Image- und Identitätskonstruktionen ausmachen? Gleichzeitig ist zu beachten, in welchem Umfang Österreich und die Schweiz in den betreffenden Werken überhaupt thematisiert werden und welche (unserer Ansicht nach) wichtigen Aspekte in Bezug auf alle drei Länder keine Erwähnung finden.

II. Analyse der Bilder und der Stereotype in in Bulgarien im Schulunterricht eingesetzten Lehrwerken³¹

In den auf der Webseite des bulgarischen Ministeriums für Bildung und Wissenschaft veröffentlichten Kriterien zur Bewertung von Lehrbüchern für den Fremdsprachenunterricht wird kurz erwähnt, dass die Bücher den Anforderungen des Lehrprogramms entsprechen und die darin vorgesehenen Themen abdecken müssen. Die kulturbezogenen globalen Themen, die im Lehrprogramm für Deutsch als Fremdsprache des Ministeriums für Bildung und Wissenschaft in Bulgarien enthalten sind, lauten wie folgt:

A1 - A2: Deutschland und die anderen deutschsprachigen Länder: allgemeine Informationen, Reisen, Feiertage und Traditionen.

B1: Sprachen, Länder und Nationen, kulturelle und historische Sehenswürdigkeiten in Deutschland, Österreich und der Schweiz, beliebte Feiertage und Traditionen, Reisen, Urlaub und Tourismus.

B2.1: Herausforderungen für die moderne Lebensweise, Bildungssysteme, Kommunikation und soziale Medien, Toleranz, formelle und informelle Gemeinschaften³².

Gemäß den Anforderungen des Ministeriums für Bildung und Wissenschaft in Bulgarien präsentieren alle Lehrbücher³³ **Deutschland** als ausgezeichnetes Reiseziel. In vielen der zugelassenen Kursbücher finden sich je nach Niveau unterschiedlich lange Artikel über Großstädte wie Berlin, München oder Hamburg und ihre Sehenswürdigkeiten. Der Besuch des Oktoberfestes, Skifahren in den bayerischen Alpen, Wandern entlang des Wattenmeeres an der deutschen Nordseeküste, Sightseeing-Touren in der Hauptstadt Berlin oder der Besuch des Schlosses Neuschwanstein wirken als lebendige touristische Werbung, um die Aufmerksamkeit der Lernenden zu erregen.

Hierbei fällt zudem auf, dass einige Lehrwerke auch ein durchaus stereotypes Bild der deutschen Bevölkerung zeichnen. Vielfach werden Deutsche als fleißige, ehrgeizige, höfliche und pünktliche Menschen beschrieben, die sich strikt an Regeln halten. Auch Vernunft und Umweltbewusstsein gehören zu ihrem positiven Image. Jedoch könnten, so der Duktus mancher Bücher, Menschen aus anderen Teilen der Welt sie als zu zurückhaltend oder förmlich empfinden und ihre Meinung ihnen gegenüber zu direkt äußern.

Viele Kursbücher stellen die deutsche Gesellschaft als sehr gastfreundlich dar, indem sie persönliche Geschichten von Einwander:innen (meistens aus der Türkei oder dem Nahen Osten) einbauen, die ihre Erfahrungen mit der Integration in die neue Gesellschaft teilen – anfängliche Sprachbarrieren, Heimweh, Sprach- und Integrationskurse in ihrem neuen Heimatland, bessere

31 Folgende Werke wurden analysiert: Sicher!, B2.1. München: Hueber 2013; Sicher! B2.2. München: Hueber 2014; Mittelpunkt neu C1.1, I. Stuttgart: Klett 2014; Mittelpunkt neu, C1.2, I. Stuttgart: Klett 2014; Aspekte junior für Bulgarien, B1.1, U. Stuttgart: Klett 2017; Aspekte junior für Bulgarien, B1.2, U. Stuttgart: Klett 2017; Aspekte junior für Bulgarien, B2.1, Sofia: Klett 2020; Exakt für Dich, A1-B1.1. Stuttgart: Klett 2017; Magnet smart, A1.1, A1.2. Stuttgart: Klett 2018; Deutsch echt einfach, A1-A2.2. Stuttgart: Klett 2017; Deutsch hautnah, B1-B2 Sofia: Klett 2014.

32 Weitere Informationen zu den Fremdsprachenlehrprogrammen für die Niveaus A1-B2, die vom bulgarischen Ministerium für Bildung und Wissenschaft genehmigt wurden, sowie die vollständige Liste der genehmigten DaF-Lehrwerke ist unter <https://www.mon.bg/bg/1698> zu finden.

33 Fast alle in Bulgarien verwendeten Deutschkursbücher wurden ursprünglich in Deutschland geschrieben und veröffentlicht und von Bulgar:innen leicht an den lokalen Kontext angepasst.

Berufschancen und der lange Weg zu einer erfolgreichen Karriere und Wertschätzung durch die Einheimischen. Insgesamt wird die deutsche Gesellschaft als weltoffen, modern, technologisch fortschrittlich und nicht zuletzt als multikulturell und ausländerfreundlich präsentiert.³⁴ Zeitgenössische Probleme in Verbindung mit Rechtsradikalismus, Rechtspopulismus (insbesondere durch die Partei AfD), Antisemitismus oder Rassismus sind hingegen kein Thema.

Welche wichtigen historischen Entwicklungen Deutschland prägten, was die Voraussetzungen waren, um eine Wirtschaftsmacht und Wohlfahrtsgesellschaft zu werden und welche Branchen die Industrie des Landes dominieren, wird in den Lehrbüchern ebenfalls kaum erwähnt. Als wichtigstes Ereignis der neueren Geschichte wird zumeist die Wiedervereinigung von Ost- und Westdeutschland genannt, ohne dass sich hierbei ein Lehrwerk auch auf die näheren Gründe für die Teilung Deutschlands infolge des Potsdamer Abkommens durch die Siegermächte nach dem Zweiten Weltkrieg konzentrieren würde. Der Zweite Weltkrieg selbst, die nationalsozialistische Vergangenheit und vor allem der Holocaust werden ebenso, und dies erscheint uns umso bedenklicher, weitgehend ausgeklammert. Geht es um wichtige Sehenswürdigkeiten Berlins, wird in keinem der von uns analysierten Bücher das weltberühmte Denkmal für die ermordeten Juden und Jüdinnen Europas (Holocaust-Mahnmal) neben dem Brandenburger Tor auch nur erwähnt. Ähnliches gilt für Gedenkstätten an Orten ehemaliger Konzentrationslager oder für die deutsche Erinnerungskultur an sich. Lernende erfahren weder etwas über das Schicksal während des Nationalsozialismus verfolgter und ermordeter Bevölkerungsgruppen oder über Biografien von Überlebenden noch darüber, wie Deutschland heute mit seiner historischen Verantwortung umgeht und NS-Opfern gedenkt. Dasselbe lässt sich in Bezug auf Opfer des nachfolgenden kommunistischen Regimes im Osten des Landes konstatieren. Der Fokus liegt allein auf dem Mauerfall an sich, nicht jedoch auf der politischen Repression oder generell dem Leben in der DDR.

Im Gegensatz zu dem Bild Deutschlands als vielfältiges und facettenreiches (und nicht von der eigenen Vergangenheit belastetes!) Land werden Österreich und die Schweiz³⁵ in allen untersuchten Lehrbüchern in wesentlich geringerem Umfang und auf stark vereinfachte Weise thematisiert. Anders formuliert: Obwohl beide Länder deutschsprachige Nachbarn sind, kommen sie in den Lehrwerken kaum vor.

So wird **Österreich** hauptsächlich als eine einzige Touristenattraktion dargestellt – fast alle Informationen beschränken sich in diesem Zusammenhang auf die Hauptstadt Wien. Überspitzt formuliert geben die Lehrbücher das Bild eines klassischen „Postkarten-Wiens“ wieder und präsentieren typische Sehenswürdigkeiten wie das Schloss Schönbrunn, den Stephansdom, die berühmte „Ringstraße“ und vor allem den Vergnügungspark „Prater“ mit seinem Riesenrad. In einigen Lehrwerken wird dies mit relativ oberflächlichen Anspielungen auf die Habsburger-Dynastie und insbesondere auf Sissi bzw. Elisabeth von Österreich-Ungarn kombiniert. (In einem

34 Interessant ist jedoch, dass – im Gegensatz zu dem starken Fokus auf Deutschland als Immigrationsland – die vier im Land offiziell anerkannten ethnischen Minderheiten, Dänen und Friesen in Schleswig-Holstein, Sorben in Sachsen und Brandenburg und Roma und Sinti nirgendwo Erwähnung finden. Ähnliches gilt für die kleineren deutschsprachigen Gemeinschaften außerhalb der DACH-Länder wie z.B. Russlanddeutsche, Angehörige der Siebenbürger Sachsen, der Schwaben im Banat usw.

35 Ergänzende Anmerkung: Das kleine Fürstentum Liechtenstein wird in Lehrwerken so gut wie nie erwähnt und wurde daher nicht in die Analyse einbezogen.

Text in *Deutsch hautnah*, in dem eine junge Deutsche ihren Aufenthalt in Wien beschreibt, meint diese etwa, dass sie sich hier „wie Sissi“ fühle.)

Modernere, zeitgenössische Stätten Wiens oder Österreichs werden in keinem Buch erwähnt. Dies betrifft zum Beispiel die sogenannte „UNO-City“, ein berühmter Gebäudekomplex, in dem das Büro der Vereinten Nationen in Wien und andere internationale Organisationen untergebracht sind und auch für Schüler:innen viele Führungen und Workshops angeboten werden. Auch auf Wien als eine Einwanderungsstadt (insbesondere aus Osteuropa und dem Balkan) und eine Stadt mit ausgeprägter Sozialpolitik (das „Rote Wien“) wird nicht eingegangen. Neben der Hauptstadt finden wir in *Exakt für Dich A2* und *Magnet A1.1* nur kurze Erwähnungen von Mozarts Geburtsstadt Salzburg und von Innsbruck, wo man in den umliegenden Bergen gut Ski fahren könne. Damit wird ein weiteres wichtiges Bild (oder Stereotyp) über Österreich abgedeckt – Skifahren als Nationalsport und Teil der nationalen Identität, verbunden mit dem allgemeinen Bild von Österreich als „Land der Alpen“ (oder „Alpenrepublik“ als Selbstbezeichnung).

Darüber hinaus liegt ein weiterer Klischee-Aspekt auf der „typischen“ österreichischen Küche – dem Wiener Schnitzel und vor allem einem riesigen Süßwaren- und Kuchenangebot, der berühmten Sachertorte, dem Apfelstrudel und Mozartkugeln – und auf der Vorstellung vom „gemütlichen Wiener Kaffeehaus“. Dies passt ideal zu einem weiteren klassischen Image von Österreich als Musikland von Mozart und Walzer – wohl eines der markantesten und hartnäckigsten Klischees. Außer Mozart werden jedoch in keinem Lehrwerk andere berühmte österreichische Persönlichkeiten (viele unter ihnen waren zudem jüdischer Herkunft) erwähnt, geschweige denn näher thematisiert – dies gilt etwa für bekannte Künstler:innen (z. B. Gustav Klimt, Egon Schiele, Friedensreich Hundertwasser, Valie Export, Maria Lassnig, ...), Schriftsteller:innen (etwa Joseph Roth, Stefan Zweig, Franz Kafka, Thomas Bernhard, Peter Handke, Ingeborg Bachmann, Elfriede Jelinek, Christine Nöstlinger, Robert und Eva Menasse, ...) oder moderne Musiker:innen des 20. oder 21. Jahrhunderts (z. B. Falco, Udo Jürgens, Chris Steger, Christina Stürmer, Ina Regen,...). Neben einer Vielzahl weiterer bekannter Personen aus Politik und Wissenschaft, die exemplarisch behandelt werden könnten, wären zudem insbesondere prägende Frauenfiguren der österreichischen Geschichte (etwa Maria Theresia, Bertha von Suttner, Lise Meitner, Anna Freud oder Johanna Dohnal) von großem Interesse.

Wir fanden im Rahmen unserer Analyse jedoch in Bezug auf all dies nur in einem Lehrwerk das Porträt von Sigmund Freud, dem Begründer der Psychoanalyse. Allerdings fehlt hier jeder Hinweis darauf, dass Freud Jude war und Österreich nach dem „Anschluss“ an Nazideutschland 1938 verlassen musste bzw. aus seiner Heimatstadt Wien vertrieben wurde. (Es erübrigt sich an dieser Stelle zu erwähnen, dass die nationalsozialistische Vergangenheit Österreichs an sich in den Lehrwerken vollkommen ausgespart bleibt.)

Zusammenfassend betrachtet, vermittelt Österreich den Eindruck eines traditionellen, genussorientierten und „walzerseligen“ Landes, das sich besonders gut für Urlaub oder Freizeitspaß eignet. Zugleich muss hier jedoch betont werden, dass alle genannten Klischees dem Image entsprechen, das Österreich seit den 1950er Jahren selbst (erfolgreich) propagiert. (Schweiger 1992, Bruckmüller 1996, Kurz 2008). Damals begann der Tourismus im Land wieder zu florieren und generell wurden von der österreichischen Politik große Anstrengungen unternommen, um eine eigene österreichische Identität zu konstruieren, in völliger Abgrenzung zu Deutschland und der nationalsozialistischen Vergangenheit: Hauptziel war es hierbei zu vermeiden, dass Österreich auf

irgendwelche Weise mit den Nazi-Verbrechen oder dem Holocaust assoziiert werden würde. Daher galt es vor allem einen friedlichen Eindruck vom österreichischen Volk und seiner „Gastfreundschaft“, seinem „Charme“, seiner „Unschuld“ und zugleich seiner schönen Natur und Hochkultur zu vermitteln. (Thurner 2000: 39-41, Kriechbaumer 1998: 30, Bruckmüller 1998: 384) In diesem Sinne berief man sich auch gerne auf die „ruhmreiche“ österreichische Vergangenheit, die Zeit der Habsburgermonarchie und den Wiener Hof, was sich etwa in den berühmten „Sissi“-Filmen (1955-1957) widerspiegelt. (Fritz 1997: 239)

Auch wenn die österreichische Tourismusbranche diese Klischees bis heute bedient und auch wenn sie als Teil des *Nation-Branding* des Landes zu sehen sind, strebt die österreichische auswärtige Kulturpolitik danach, heute ein vielfältigeres und „modernisiertes“ Konzept zu präsentieren.³⁶ Wie unsere Studie zeigt, spiegelt sich dies jedoch überhaupt nicht in den analysierten Schulbüchern wider, die eher das Österreichbild der 1950er Jahre aufrechterhalten. So gibt es dort etwa auch keinen einzigen Hinweis darauf, dass Österreich – ähnlich wie Deutschland – ein vielfältiges Land mit einer reichen Einwanderungsgeschichte, verschiedenen ethnischen Minderheiten (Slowen:innen, Kroat:innen, Ungar:innen, Roma und Sinti) und multiethnischem Zusammenleben ist (in dem etwa auch der Islam bereits 1912 als eine der Staatsreligionen anerkannt wurde). Auch über die Besonderheiten und Hintergründe Österreichs als neutrales Land seit 1955 und diplomatischer „Brückenbauer“ zwischen Ost und West (insbesondere während des Kalten Krieges, siehe hierzu näher Bischof / Ruggenthaler 2022) erfahren wir nichts.

Begrenzter sind die Informationen nur noch über **die Schweiz** – sie beschränken sich auf eine Erwähnung der berühmten Schweizer Schokolade, wahrscheinlich eines der hartnäckigsten Klischees über das Land, der Mehrsprachigkeit und schweizerdeutschen Sprache. In *Magnet A1.1* findet sich zudem ein kurzer Informationstext über Genf als Zentrum der internationalen Diplomatie und Sitz des Roten Kreuzes und über Zürich als attraktives Reiseziel. Andere wichtige politische Aspekte – wie zum Beispiel das spezifische politische System (die direkte Demokratie, die meisten Entscheidungen werden nach Referenden getroffen) oder die Neutralität des Landes und seine Geschichte werden in keinem Lehrwerk angesprochen. Gleiches gilt für bekannte Literat:innen (zum Beispiel Gottfried Keller, Max Frisch, Sibylle Berg,...), Künstler:innen und Schauspieler:innen (etwa Max Bill, Maximilian Schell, Hazel Brugger,...) oder zeitgenössische Musiker:innen (zum Beispiel DJ BoBo, Francine Jordi, Stefanie Heinzmann, ...). Interessant wäre es zudem (zumindest auf höheren Sprachniveaus), ginge man auch auf die Rolle der Schweiz im Zweiten Weltkrieg und als Aufnahmeland für jüdische Flüchtlinge und andere Emigrant:innen aus Nazi-Deutschland und -Österreich ein. Auf diese Weise ließe sich auch die verflochtene Geschichte der drei Länder sehr anschaulich darstellen.

36 Siehe etwa die Seite des Bundesministeriums für Europäische und internationale Angelegenheiten unter dem Punkt „Auslandskultur“: <https://www.bmeia.gv.at/themen/auslandskultur/>.

III. Fazit

Zusammenfassend sind die Darstellungen von Österreich und der Schweiz daher nur oberflächliche „Einblicke“ in den eindeutig deutschlandzentrierten Lehrbüchern. Auch wenn zu berücksichtigen ist, dass diese alle von deutschen Verlagen herausgegeben wurden, wäre es dennoch wünschenswert, dass der kulturellen Vielfalt des deutschsprachigen Raums etwas mehr Aufmerksamkeit geschenkt würde.

Dies scheint umso relevanter, berücksichtigt man die allgemeine Wahrnehmung der betreffenden Länder seitens bulgarischer Deutsch-Lernender. Aus eigener Erfahrung können wir sagen, dass selbst Studierende der Germanistik in Bulgarien über sehr wenig Wissen über Österreich und die Schweiz verfügen. Ihre Vorstellungen entsprechen mehr oder weniger den Bildern der Lehrbücher. In Bezug auf Deutschland ist das Bild hingegen wesentlich breiter: Oft haben Studierende ein Land der Einwanderung, Vielfalt und Toleranz, der Wirtschaftskraft, sozialen Ordnung und des ökologischen Bewusstseins vor Augen, wie es auch der Darstellung in den Lehrwerken entspricht. Es lässt sich jedoch nicht verleugnen, dass Deutschland und Österreich bis heute auch von ihrer nationalsozialistischen Vergangenheit und der Verantwortung, die sich hieraus für die Gegenwart ergibt, geprägt sind. Bedenkt man zudem, dass die sogenannte Holocaust-Erziehung in beiden Ländern selbst eine entscheidende Rolle spielt, ist es umso überraschender, dass sich in keinem der von uns analysierten Lehrbücher auch nur eine einzige Seite zu diesem Thema findet. Zieht man nicht nur seine historische Bedeutung, sondern auch seine globalen Lehren für unser Zusammenleben heute in Betracht, wäre es jedoch umso wichtiger, ihm auch im DaF-Unterricht zu begegnen. Hierfür stünden mittlerweile auch zahlreiche digitale Vermittlungsmethoden und Lern-Apps zur Verfügung, die die Annäherung an die schwierige Thematik für Lehrkräfte enorm erleichtern (siehe etwa Preitschopf 2023).

Am Ende bleibt somit zu wünschen, dass künftige Lehrwerke vielfältigere und differenziertere Bilder der DACH-Länder zeichnen, Geschichtsbewusstsein und interkulturelle Sensibilität mehr fördern werden.

Literaturverzeichnis

- Bischof, Günther / Ruggenthaler, Peter (2022): Österreich und der Kalte Krieg. Ein Balanceakt zwischen Ost und West. Graz: Leykam.
- Bruckmüller, Ernst (1996): Nation Österreich. Kulturelles Bewusstsein und gesellschaftlich-politische Prozesse. Wien: Böhlau.
- Bruckmüller, Ernst (1998): Die Entwicklung des Österreichbewusstseins. In: Kriechbaumer, Robert (Hg.): Österreichische Nationalgeschichte nach 1945. Der Spiegel der Erinnerung: Die Sicht nach innen. Wien/Köln/Weimar: Böhlau, S. 369-396.
- Fritz, Walter (1997): Im Kino erlebe ich die Welt. 100 Jahre Kino und Film in Österreich. Wien/München: Christian Brandstätter.
- Haß, Jessica (2020): Stereotype im interkulturellen Training. Wiesbaden: Springer.
- Kriechbaumer, Robert (1998): Der lange Weg in die Moderne. Ein mentalitätsgeschichtlicher Essay zur Geschichte der Zweiten Republik. In: Ders. (Hg.): Österreichische Nationalgeschichte nach 1945. Spiegel der Erinnerung: Die Sicht von innen. Wien/Köln/Weimar: Böhlau, S. 17-48.
- Kurz, Helmut (2008): Die Selbstbilder der Deutschen und der Österreicher und ihre gegenseitigen Fremdbilder. In: Baumgarth, Carsten et al. (Hg.): Impulse für die Markenforschung und Markenführung. Wiesbaden: Gabler, S. 229-247.
- Lippmann, Walter (1997, Neuauflage von 1922): Public Opinion. Transaction Publishers: New Jersey.
- Preitschopf, Alexandra (2023): Wendepunkt Online-Erinnerung? Neue Formen digitaler Geschichtsvermittlung im Bereich der Holocaust Education. In: Minkova, Radoslava u a. (Hg.): Wendezeiten: Erfahrungen, Erwartungen, Erzählungen. Plovdiv: Universitätsverlag Paisii Hilendarski, S. 261-284.
- Schweiger, Günter (1992): Österreichs Image in der Welt. Ein weltweiter Vergleich mit Deutschland und der Schweiz. Wien: Service Fachverlag.
- Shelest, Hanna (2017): Nation Branding: Is It Only About Tourism?. In: Ukraine Analytica, H. 4, 10, S. 6-12.
- Sommer, Katharina (2017): Stereotype und die Wahrnehmung von Medienwirkungen. Wiesbaden: Springer.
- Sršen, Andreja (2018): The Aspects of National Branding: Conceptual and Theoretical Framework. In: European Journal of Interdisciplinary Studies, H. 4, 3, S. 45-53.
- Táboas-Pais, María Inés / Rey-Cao, Ana (2015): Racial Representation in Physical Education Textbooks for Secondary Schools: Image Content and Perceptions Held by Students. In: SAGE Open, S. 1-11.
- Thurner, Erika (2000): Nationale Identität und Geschlecht in Österreich nach 1945. Innsbruck/Wien/München: StudienVerlag.
- Willems, Jurgen (2020): Public servant stereotypes: It is not (at) all about being lazy, greedy and corrupt. In: Public Administration, H. 98, S. 807-823.