

## Ungarnbilder deutscher Studierender

*Eine empirische Untersuchung an der Universität Debrecen*

### Einleitung

Das Ungarnbild in Deutschland wurde schon seit Langem durch zahlreiche Medien geprägt, die vor allem ein einheitliches, verallgemeinerndes Bild über „die Ungarn“ vermittelten. Angefangen mit dem Roman von Hugo Hartung aus dem Jahr 1954 *Ich denke oft an Piroshka* und mit dem ein Jahr später erschienenen gleichnamigen Film, die die wichtigsten und am meisten verbreiteten Quellen der Stereotype über Ungarn zu sein scheinen, bis zu Broschüren für Touristen oder Werken aus den letzten Jahren (wie z.B. Viktor Iro *Gebrauchsanweisung für Budapest und Ungarn*, Arpad Bari *Kulturschock Ungarn* oder Lysann Heller *Die Paprikantin – Ungarn für Anfänger*) haben Beschreibungen das Ungarnbild im deutschsprachigen Raum mehr oder weniger beeinflusst.<sup>1</sup>

Solche Werke bilden auch unbewusst in den Lesern und Zuschauern ein Bild, das zwar mit der Wirklichkeit nicht viel zu tun hat, aber sie prägen wirksam das Fremdbild. Es ist nicht leicht, sich von dem Einfluss der dadurch entstandenen Stereotype zu befreien, da diese ziemlich unveränderbar sind.

In den nächsten Kapiteln untersuche ich die wichtigsten Begriffe im Zusammenhang mit Stereotypen, stelle die geläufigen Beispiele von Ungarnbildern vor und erörtere einige konkrete Beispiele interkultureller Konflikte.

### Interkulturelle Kommunikation und die Bedeutung der Stereotype

Die vielfältige Zusammensetzung der Bevölkerung der hochindustrialisierten Länder, die Verstärkung der Multikulturalität im Alltag, die Zuwanderung in manchen Gebieten und der Tourismus, kurz zusammengefasst die Globalisierung,

---

<sup>1</sup> Die vorliegende Arbeit stützt sich auf das Buch: Gardosi, Anett Regina – Tonsern, Clemens: *Stereotype über "die Ungarn": eine empirische Untersuchung des Ungarnbildes deutscher Studierender*. 2012. München: AVM.

verleihen der *interkulturellen Kompetenz* und der *interkulturellen Kommunikation* eine enorme Wichtigkeit und Aktualität. Die unterschiedlichsten Formen der Kommunikation zwischen Menschen mit verschiedenem kulturellem Hintergrund wurden erforderlich und unentbehrlich. Für eine gelungene Interaktion zwischen Angehörigen unterschiedlicher Kulturen ist sowohl ein kulturspezifisches Hintergrundwissen als auch die Aneignung von interkulturellen Kompetenzen eine unerlässliche Voraussetzung.

Astrid Erll und Marion Gymnich verweisen darauf, dass interkulturelle Kompetenz nicht nur auf bestimmten Gebieten und Berufsfeldern von hoher Bedeutung ist, sie ist die *Schlüsselkompetenz* im Alltag der modernen Lebensweise.<sup>2</sup> Es muss aber auch erwähnt werden, dass der *interkulturellen Kompetenz* eine außergewöhnliche Bedeutung zugeschrieben wird, die Fachleute dazu veranlasst, kritische Aspekte zu äußern. Marie Steindl bemerkt in ihrem Werk, dass beim Misslingen der Kommunikationssituationen den kulturellen Faktoren häufig eine zu große Rolle beigemessen wird.<sup>3</sup> Dabei lässt sich *Kultur* unterschiedlich beschreiben, ohne Anspruch auf Vollständigkeit habe ich nur zur Orientierung zwei Beschreibungen ausgewählt. Jürgen Bolten formuliert diesbezüglich folgendermaßen: „Eine Gesellschaft hat keine Kultur, sie ist eine Kultur“<sup>4</sup>. Laut Alexander Thomas, einem der bekanntesten deutschen Forscher des Gebietes, lässt sich feststellen, dass Kultur ein Orientierungssystem ist, nach dem sich das Verhalten der Angehörigen anderer Kulturen bewerten lässt.<sup>5</sup>

Multikulturalität und die damit verbundenen Phänomene tragen zahlreiche Möglichkeiten, aber auch Gefahren in sich, mit denen sich Forscher und Forscherinnen verschiedener Disziplinen beschäftigen. *Interkulturelle Kommunikation* ist nämlich ein Bereich, der sich auf Wissenschaftsgebiete stützt, unter anderem auf Kommunikationswissenschaft, Linguistik, Anthropologie, Ethnologie, Kulturwissenschaft, Soziologie oder Psychologie.<sup>6</sup>

Unter den Gefahren lässt sich auch die Verwendung der Stereotype (die mit den Vorurteilen nicht zu verwechseln sind) nennen, deren Bedeutung nicht zu unterschätzen ist. Ohne die Bewusstmachung der Funktion und Wirkung der Stereotype besteht die Möglichkeit, durch sie über die Angehörigen anderer Kulturen ein verallgemeinerndes Bild zu vermitteln. Nach Erll und Gymnich lässt sich der Begriff des Stereotyps folgendermaßen definieren:

<sup>2</sup> Vgl. Erll–Gymnich 2007: 6–7.

<sup>3</sup> Vgl. Steindl 2008: 3, 11.

<sup>4</sup> Bolten 2007a: 14.

<sup>5</sup> Vgl. Heringer 2007: 192.

<sup>6</sup> Vgl. Erll–Gymnich 2007: 9; Liu 2010: 14.

„Stereotype sind reduktionistische Ordnungsraaster die sich oft in formellhaften Wendungen und Gemeinplätzen äußern [...] es sind festgefahrene Schemata, derer wir uns häufig gar nicht bewusst sind.“<sup>7</sup>

Dabei orientieren wir uns an Bildern über das uns Fremde, die uns durch Literatur, Medien, Film oder von der Tourismusindustrie vermittelt werden.<sup>8</sup> Deswegen ist es äußerst wichtig, dass man über genug kulturspezifisches Hintergrundwissen verfügt und bewusst handelt. Diesbezüglich formuliert Bolten:

„Vorurteile und Stereotype stellen nicht per se eine Misslingsbedingung für interkulturelle Kommunikation dar. Wir sollen uns jedoch der Konsequenzen der Verwendung von Stereotypen und Vorurteilen bewusst sein und uns selbst zu einer so weit wie möglich differenzierten Sichtweise zwingen“<sup>9</sup>.

Bolten weist im Weiteren darauf hin, dass Stereotype nützlich, sogar notwendig sind, indem sie uns bei der Orientierung in Bezug auf Fremde helfen.<sup>10</sup> Stereotype geben uns einen Anhaltspunkt, auf den wir uns anfangs bei der Begegnung mit dem uns Fremden stützen können, er darf aber nicht unverändert bleiben, sonst bleibt man auf dem Niveau der Verallgemeinerung.

Die Stereotype haben verschiedene Funktionen. Nach der Sprachwissenschaftlerin Uta Quasthoff können drei Funktionen unterschieden werden: kognitive, soziale und affektive Funktion. Die kognitive Funktion bedeutet, dass die Informationen über eine soziale Gruppe generalisiert werden. Bei der sozialen Funktion werden die soziale Zugehörigkeit bzw. die Stiftung von kollektiver Identität und Gruppenkohäsion gesichert. Auch grenzt man sich von anderen Gruppen ab. Die Mittel dieser Funktion sind Auto- und Heterostereotype (Selbst- und Fremdbilder). Die affektive Funktion der Stereotype erzeugt positive Selbstbilder, Zugehörigkeitsgefühle und Gemeinschaftsgefühle.<sup>11</sup>

Erl und Gymnich unterscheiden vier verschiedene Eigenschaften, in denen die Gefahren der Stereotypen benannt werden. Sie verzerren die Wirklichkeit, deswegen können sie als unkritische Verallgemeinerungen bezeichnet werden. Stereotype stützen sich nicht auf wissenschaftliche Untersuchungen und sind meistens schwer zu verändern.<sup>12</sup> Das unterstützt auch Heringer mit seiner Beschreibung über den Vorgang der Stereotypisierung. Danach entstehen Stereotype

---

<sup>7</sup> Erl-Gymnich 2007: 72–73. Zu den Unterschieden zwischen Stereotypen, Vorurteilen und Klischees vergleiche auch Bolten 2007b: 126; Bolten 2007a: 65; Ipsen 2009: 171–179.

<sup>8</sup> Vgl. Bolten 2007b: 130.

<sup>9</sup> Bolten 2007a: 59.

<sup>10</sup> Vgl. Bolten 2007a: 56.

<sup>11</sup> Vgl. Erl-Gymnich 2007: 73.

<sup>12</sup> Vgl. Erl-Gymnich 2007: 72–74.

durch Kategorisierung und Generalisierung, die bestimmten Gruppen allgemeingültig angehängt werden.<sup>13</sup>

Vor der Darstellung von konkreten Beispielen muss noch ein letzter Begriff unbedingt erläutert werden, der im Weiteren eine wesentliche Rolle spielen wird. Die in Bezug auf Nationen verwendeten Stereotype können als *ethnokulturelle Stereotype* oder als *Nationenstereotype*<sup>14</sup> bezeichnet werden. Das ist wegen der Trennung der unterschiedlichen Arten der Stereotype wichtig. Dabei sind Auto- und Heterostereotype, also Selbst- und Fremdbilder, von Belang.

In den weiteren Abschnitten werden die Ergebnisse der im Jahre 2011 an der Universität Debrecen durchgeführten Umfrage präsentiert, wobei deutsche Studenten und Studentinnen befragt wurden. Wie oben bereits erwähnt, möchte ich an dieser Stelle noch einmal darauf hinweisen, dass in dieser Arbeit nur eine Auswahl an Stereotypen präsentiert wird, für weitere Beispiele siehe das dazu erschienene Buch von Anett Regina Gardosi und Clemens Tonsers *Stereotype über „die Ungarn“*.

## Ungarnbilder deutscher Studierender

2011 wurde an der Universität Debrecen eine empirische Untersuchung durchgeführt, in deren Rahmen die Ungarnbilder deutscher Studenten und Studentinnen, die mindestens eine kurze Zeit in Ungarn verbracht hatten, unter die Lupe genommen wurden. Die Fragebögen wurden per E-Mail verteilt, und von den Befragten haben 77 deutsche Personen eine Antwort zurückgeschickt. Im Folgenden werden diese Antworten analysiert.

In der Umfrage wurde unter anderem danach gefragt, welche positiven und negativen Eigenschaften „den Ungarn“ nach der Vorstellung der Probanden beigemessen werden können, welche „typischen“ Artefakte, Personen oder ungarische Orte usw. in Bezug auf Ungarn erwähnt werden können und ob die Studenten und Studentinnen während ihres Aufenthaltes in Ungarn interkulturelle Probleme hatten.

Die Antworten der ersten Frage nach den ersten Gedanken über Ungarn sind vielfältig. Wegen der einfacheren Bearbeitung werden diese Antworten in Kategorien unterteilt, so entstehen Gruppen wie:

*Gastronomie, „typische“ Eigenschaften „der Ungarn“, Geografie/Landschaft, Budapest, persönliche Erlebnisse, Politik, Geschichte, Kultur/Wissenschaft, Alkohol, Musik/Tanz/Folklore, Gesellschaft, Sprache, Thermalbäder, Wetter, Natur und Tiere, Urlaub, Geld.*

<sup>13</sup> Vgl. Heringer 2007: 200–201.

<sup>14</sup> Vgl. Heringer 2007: 197–198. Für konkrete Beispiele dazu siehe auch Sontag–Schroll–Machl–Thomas 2007: 115–118.

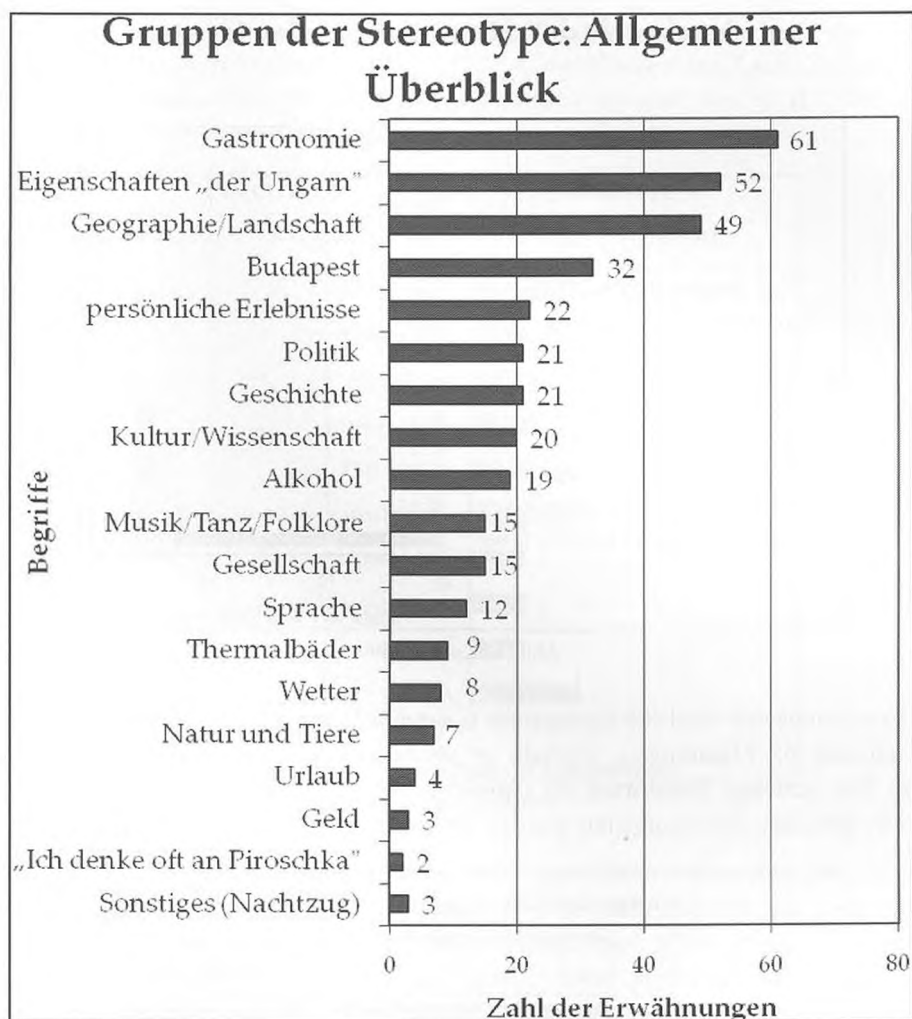
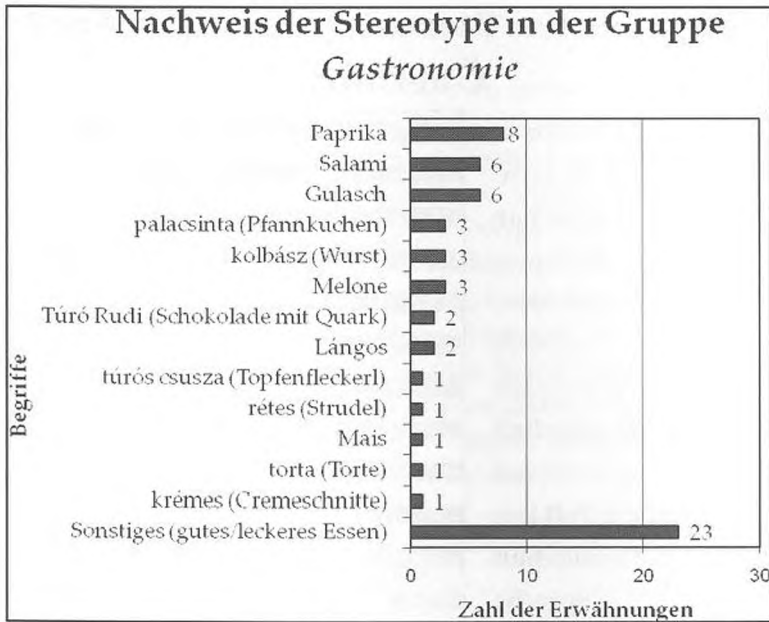


Abb. 1: Gruppen der Stereotype<sup>15</sup>

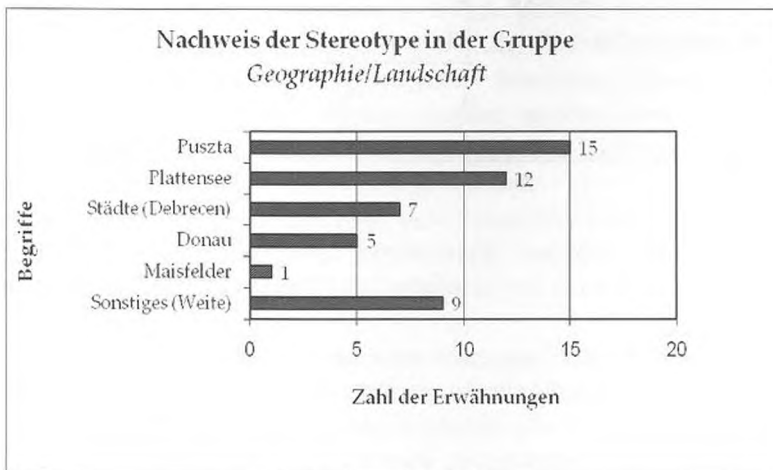
An dieser Stelle soll aus Platzmangel nur eine Auswahl der Antworten präsentiert werden, die nach der Häufigkeit der Erwähnung am wichtigsten zu sein scheinen.

An der ersten Stelle der Liste steht zweifelsohne die Kategorie der *Gastronomie*. Außer der Benennung von konkreten Speisen (*Gulasch*, *Paprika* oder *Salami*) stehen hier auch Meinungen über die ungarische Küche, in denen betont wird, dass die ungarischen Speisen gut schmecken, aber ziemlich ungesund oder fett sind. Die Ergebnisse können in einer Tabelle wie folgt dargestellt werden:

<sup>15</sup> Gardosi-Tonsern 2012: 61.

Abb. 2: *Gastronomie*<sup>16</sup>

Erwähnenswert sind die Kategorien *Geographie/Landschaft* und *Budapest*. *Budapest* hat an sich 32 Nennungen, weshalb es als selbstständige Kategorie eingeordnet wird. Die anderen Antworten zu *Geographie/Landschaft* werden in der folgenden Tabelle platziert. Am häufigsten wurden die *Puszta* und der *Plattensee* genannt.

Abb. 3: *Geographie/Landschaft*<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Gardosi-Tonsern 2012: 62.



Aus dieser Auflistung erscheint noch die Kategorie *Geschichte* interessant. Hier kommen Antworten vor, wie *Aufstand 1956*, *Grenzöffnung 1989* oder *K.u.K.-Zeit*, aber die ungarische Geschichte wird auch im Allgemeinen erwähnt, wie z. B. *1000-jährige Geschichte* oder *interessante Geschichte*.

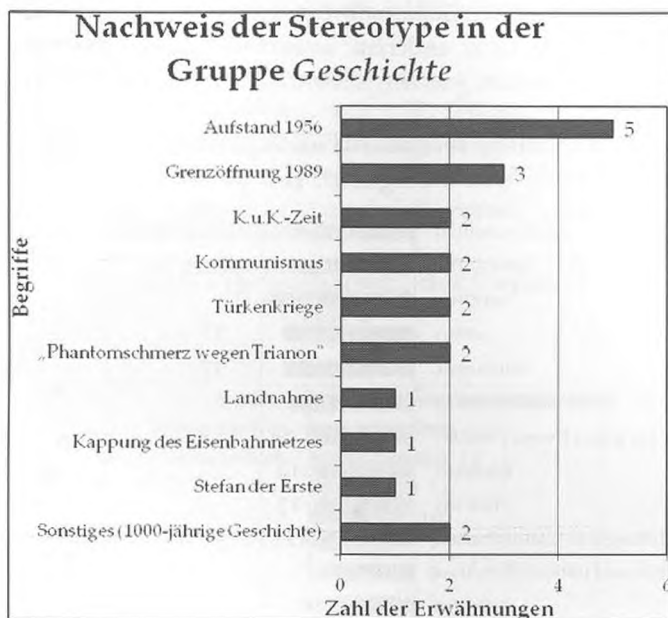


Abb. 4: *Geschichte*<sup>18</sup>

Abgesehen von den in Tabellen Nr. 2–4 dargestellten Stereotype, gibt es noch zahlreiche nennenswerte Beispiele: *Parlament, Freiheitsstatue, Literatur, gute Unis, Bartók, Rubik (Zauberwürfel), reiche Kultur, 20. August, Márai, Sziget, Wein, Schnaps, viel Alkohol, Borsodi, Rotwein, Tracht, Csárdás, Volkstanz, Musik, Armut, große Diskrepanz zwischen Arm und Reich, Unverhältnismäßigkeiten in vielen Bereichen, eine wunderschöne Sprache, klangvolle und eigensinnige Sprache, interessante Sprache, schwierige Sprache, tolle Sprache, exotische Sprache, Thermalwasser, Bäderkultur, schauerartige Regenfälle am frühen Abend, heiß im Sommer und kalt im Winter, blauer Himmel, lange warme Sommer, Pferde, Natur, Kranich, Erholung, einen Sommerurlaub verbringen, erholsamer Urlaub.*

Im zweiten Punkt der Umfrage geht es um die positiven Eigenschaften der Ungarn. Die Antworten sind so vielseitig, dass sie nur in mehreren Tabellen dargestellt werden können. Hier möchte ich wieder nur die wichtigsten Antworten aus der ersten Tabelle darstellen, diese wurden mindestens von fünf Personen aus

<sup>17</sup> Gardosi–Tonsers 2012: 64.

<sup>18</sup> Gardosi–Tonsers 2012: 66.

den 77 Probanden genannt, wobei jede befragte Person fünf verschiedene Eigenschaften nennen durfte.

Nach dieser Liste sollen „die Ungarn“ vor allem *gastfreundlich, freundlich, herzlich, offen* und *hilfsbereit* sein. Bemerkenswert ist dabei, dass die Gastfreundschaft von fast 50% der Befragten erwähnt wurde. Außerhalb der Tabelle kann man aber auch andere Eigenschaften finden wie unter anderem: *melancholisch, fleißig, familienbewusst, besondere Denkweise, unkompliziert, aufrecht, gemütlich, flexibel, humorvoll, reisefreudig*.

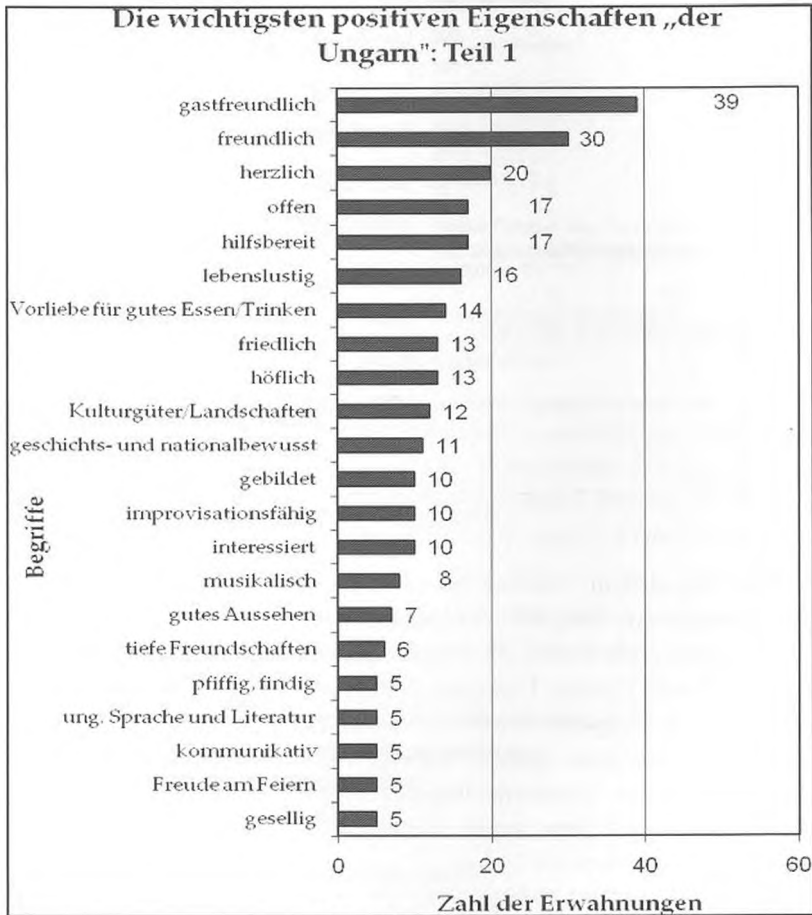


Abb. 5: Eigenschaften<sup>19</sup>

Andererseits ist es noch erwähnenswert, dass in der dritten Frage nach den negativen Eigenschaften gefragt wurde. Hier gibt es auch mannigfaltige Antworten, die in einer einzigen Abbildung nicht zusammengefasst werden können. Nach

<sup>19</sup> Gardosi-Tonsern 2012: 69.



dieser Statistik stellt es sich heraus, dass die befragten deutschen Studenten und Studentinnen die „Politik“ für die größte Schwäche „der Ungarn“ halten. Hier stehen Stichwörter wie *Rechtsextremismus*, *Politikverdrossenheit*, *Mediengesetz*, *interne Probleme* oder *politischer Streit* auf den ersten Positionen. Außerdem sollen „die Ungarn“ *nationalistisch* und *melancholisch* sein, *Antiziganismus* und *schlechte Bedingungen* wurden auch ziemlich häufig genannt.

Über die in der Tabelle aufgelisteten Themen hinaus sind noch einige weitere interessante Eigenschaften zu finden, wie z.B.: *fehlendes Verantwortungsbewusstsein*, *wenig Gewissenhaftigkeit*, *nicht kritikfähig*, *eigensinnig*, *bürokratisch*, *rückwärtsgewandt*, *faul*, *oberflächlich* (im Sinne von *oft mehr Schein als Sein*, *Äußerlichkeiten werden überwertet*, *übertriebene Wertlegung auf Etikette/Regeln*), *unehrlich*, *irrational*, *unsicher*, *naiv*, *egoistisch*.

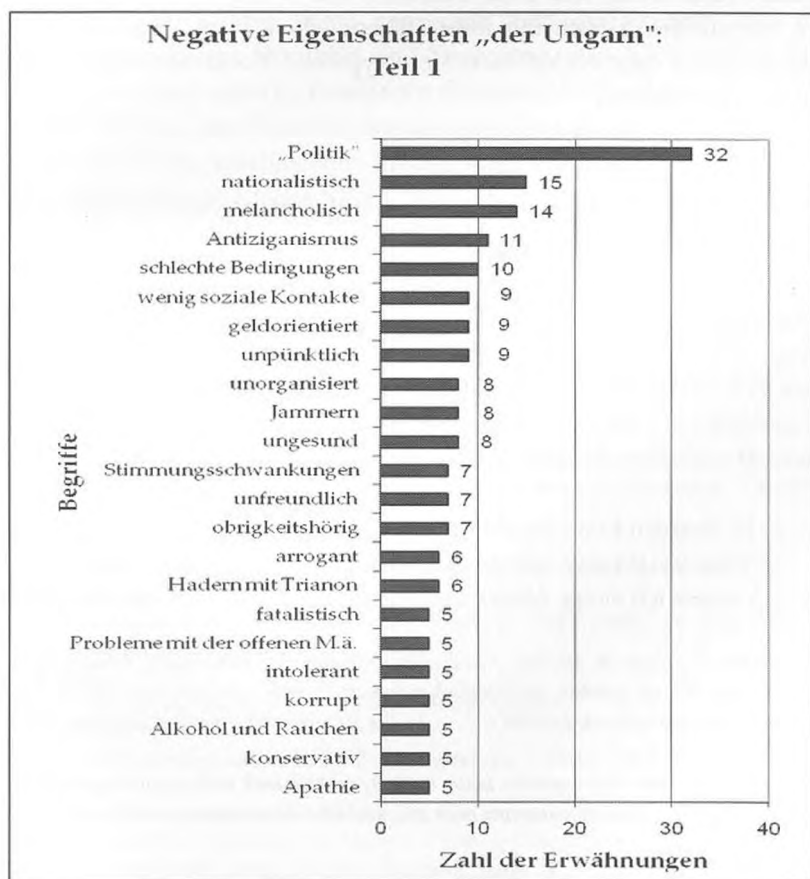


Abb. 6: Negative Eigenschaften<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Gardosi-Tonsern 2012: 72.

Um darzustellen, wie wichtig die Medien bei der Herausbildung der Ungarnbilder „der Deutschen“ sind, möchte ich hier die Worte einer in der Untersuchung befragten Person zitieren:

*„ALLE Deutschen denken sofort an »Ich denke oft an Piroshka« von Hugo Hartung, in den 50er-Jahren ein sehr erfolgreicher Film – ohne dieses Buch/diesen Film zu kennen, versteht man das Ungarnbild der Deutschen NICHT!!“<sup>21</sup>.*

Um die Ähnlichkeiten, die vermutliche Wirkung und den Einfluss dieser Werke auf das Ungarnbild der Befragten festzustellen, lohnt es sich die hier gezeigten Stereotype und die Darstellung der Ungarn im obengenannten Film und Buch zu vergleichen. Auch wenn nur zwei Personen das Buch und/oder den Film erwähnten, was sicherlich auch mit ihrem jugendlichen Alter zusammenhängt, darf die Vermittlung der darin enthaltenen Stereotype und Vorurteile durch ältere Dritte nicht unterschätzt werden.

## Interkulturelle Schwierigkeiten der befragten deutschen Studenten und Studentinnen

Auf die Frage, ob die Befragten interkulturelle Schwierigkeiten in Ungarn hatten, haben von den 77 Personen 53 Probanden angegeben, dass sie keine interkulturellen Schwierigkeiten gehabt hätten. Ihre Antwort begründeten sie damit, dass Ungarn „europäisch“ sei, oder dass sie zu wenig Zeit in Ungarn verbracht hätten, oder dass z.B. an einer Sommeruniversität eigentlich nichts Schlimmes passieren könne.

Mehrere Probanden konnten aber über Schwierigkeiten berichten, auch wenn es in einigen Fällen im Prinzip nicht um interkulturelle Probleme ging. Zur Veranschaulichung zitiere ich einige Mitteilungen zuerst aus dem Bereich der *Sprache*.

*„Ich fühlte mich nur in den von Ausländern frequentierten Restaurants unwohl, wenn meinen Versuchen, ungarisch zu sprechen, auf Englisch geantwortet wurde. Und das sogar, als ich ausdrücklich sagte: »Csak magyarul akarok beszélni.« [...] In den Provinzstädten in der Umgebung hatte ich diese Schwierigkeiten nicht.“*

*„Einmal sprach eine Postangestellte lauter mit mir, weil ich noch nicht so gut ungarisch konnte und sie nicht verstand. Ansonsten bewunderten mich alle, weil ich »diese schwere Sprache« lerne.“<sup>22</sup>*

Zum Schluss möchte ich einige Schwierigkeiten anführen, die tatsächlich interkulturell bedingt sind.

---

<sup>21</sup> Originalzitat von den befragten Personen zit. nach Gardosi–Tonsers 2012: 67.

<sup>22</sup> Originalzitat von den befragten Personen zit. nach Gardosi–Tonsers 2012: 85.

„Deutsche Direktheit kommt nicht so gut an, man fühlt sich dort vor den Kopf gestoßen. Musste mir angewöhnen, Unbequemes sehr indirekt und in Komplimente verpackt zu äußern.“

„In der Äußerung und im Umgang mit Kritik – welcher Art auch immer – unterscheiden sich Deutsche und Ungarn.“

„Ja, die Form der Höflichkeit ist anders, z.B. werden Frauen anders begrüßt als Männer, was ich lange als sehr diskriminierend empfunden habe.“

„Die Mentalität erscheint mir allerdings teilweise unzugänglich – bin aber selbst nicht besonders offen, vielleicht liegt es daran.“

„Nur wenn das Thema auf Einwanderung zu sprechen kam, haben gerade ältere Menschen sehr rechte Einstellungen gehabt, die in Deutschland so kaum geäußert werden könnten.“<sup>23</sup>

Die hier genannten Meinungen vermitteln kein umfassendes Bild über die möglichen interkulturellen Konflikte und Stereotype, aber als Beispiele dienen sie zur Veranschaulichung und zur Bewusstmachung der Ungarnbilder in einer kleinen untersuchten Gruppe. Des Weiteren machen sie einen darauf aufmerksam, dass die Fremdbilder durch die verschiedenen Medien stark beeinflusst werden können, und damit muss man kritisch umgehen.

## Literatur

- BARI, Arpad  
2005 *KulturSchock. Ungarn*. Bielefeld: Reise Know-How Verlag
- BOLTEN, Jürgen  
2007a *Interkulturelle Kompetenz*; Erfurt: Landeszentrale für politische Bildung Thüringen  
2007b *Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- ERLL, Astrid – GYMNICHT, Marion  
2007 *Interkulturelle Kompetenzen. Erfolgreich kommunizieren zwischen den Kulturen*. Stuttgart: Klett
- GARDOSI, Anett Regina – TONSERN, Clemens  
2012 *Stereotype über "die Ungarn": eine empirische Untersuchung des Ungarnbildes deutscher Studierender*. München: AVM
- HELLER, Lysann  
2009 *Die Paprikantin: Ungarn für Anfänger*. Berlin: Ullstein
- HERINGER, Hans Jürgen  
2007 *Interkulturelle Kommunikation*. 2. durchgesehene Auflage. Tübingen: A. Francke
- IPSEN, Guido  
2009 *Erfahrungsbasierte Dekonstruktion von Stereotypen: Kulturelle Selbsterkenntnis als Spiegel des Anderen*. In Meurer, Petra – Ölke, Martina – Wilmes, Sabine (Hg.): *Interkulturelles Lernen*. 169–183. Bielefeld: Aisthesis
- IRO, Viktor  
2009 *Gebrauchsanweisung für Budapest und Ungarn*. München: Pieper Verlag

---

<sup>23</sup> Originalzitate von den befragten Personen zit. nach Gardosi–Tonsern 2012: 86f.

- JONAS, Klaus – SCHMID MAST, Marianne  
2007 Stereotyp und Vorurteil. In Straub, Jürgen – Weidemann, Arne – Weidemann, Doris (Hg.): *Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz, Grundbegriffe, Theorien, Anwendungsfelder*. 69–76. Stuttgart – Weimar: Metzler
- LIU, Yue  
2010 „Kulturspezifisches“ Kommunikationsverhalten? Eine empirische Untersuchung zu aktuellen Tendenzen in chinesisch-deutschen Beziehungen. München: Iudicum
- SONNTAG, Christine – SCHROLL-MACHL, Sylvia – THOMAS, Alexander  
2007 *Beruflich in Ungarn. Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte. Handlungskompetenz im Ausland*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- STEINDL, Mari [et al]  
2008 *Interkultureller Dialog, Interkulturelles Lernen*. Wien: BMUKK, Polis