



# Radboud Universiteit

## Das Deutschlandbild von jungen Niederländern

Wie lässt sich das Deutschlandbild im Jahr 2021 von niederländischen Jugendlichen im Alter von 15-29 Jahren, im Hinblick auf Stereotype und den Grad der Sympathie beschreiben?

Verfasser: Martijn Verhoeven

Matrikelnummer: S1027314

Email-Adresse: [Martijn.verhoeven@student.ru.nl](mailto:Martijn.verhoeven@student.ru.nl)

Universität: Radboud Universiteit Nijmegen

Betreuer: Henning Meredig

Abgabedatum: 30.05.2021

## Zusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit wird das Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen im Alter von 15-29 Jahren, anhand einer Umfrage, dargestellt. Die Fragen sind auf frühere Studie bezüglich dieses Themas basiert. Aus der Umfrage stellte sich heraus, dass die jungen Niederländer sich positiver gegenüber den Deutschen verhalten als in den 1990er Jahren. Zudem werden die Deutschen weniger mit dem zweiten Weltkrieg und dem Nazismus assoziiert und sie werden auf einer Skala von 1-10 mit einer Durchschnittsnote von 6,7 beurteilt. Es wurde auch untersucht, was für einen Einfluss, der direkte Kontakt mit Deutschland auf die Art der Stereotype hat. Die Aussage, je mehr Kontakt man mit Deutschland hat, desto häufiger werdet man andere Stereotype bei der Charakterisierung der Deutschen verwenden, als wenn man wenig Kontakt mit Deutschland hat, wurde dabei entkräftet. Schließlich lässt sich aus der Umfrage ableiten, dass das Deutschlandbild der jungen Niederländer auch durch die Familie, die Schule und die Medien beeinflusst wird. Insgesamt wurden die Deutschen also positiv beurteilt.

# Inhalt

Zusammenfassung.....	2
Einleitung.....	4
Theoretischer Rahmen .....	6
2.1 Begriffserklärung .....	6
2.1.1 Stereotype und Vorurteile.....	6
2.2 Forschungsstand.....	7
2.2.1 Das Deutschlandbild der 1990er Jahren.....	7
2.2.2 Das Deutschlandbild nach der Jahrhundertwende .....	9
Methode.....	11
3.1 Befragten .....	12
3.2 Konzeption des Fragenbogens .....	12
3.3 Gliederung und Relevanz.....	13
3.4 Verbreitung der Umfrage .....	15
Datenanalyse .....	15
4.1 Stereotype .....	16
4.2 Grad der Sympathie.....	17
4.3 Kontakt .....	18
Diskussion und kritische Reflexion der Ergebnisse .....	20
5.1 Interpretation der Ergebnisse .....	20
5.1.1 Teilfrage 1 .....	20
5.1.2 Teilfrage 2 .....	22
5.2 Validität und Reliabilität .....	23
5.2.1 Validität .....	24
5.2.2 Reliabilität.....	24
Fazit .....	25
Ausblick .....	25
Literaturverzeichnis.....	27
Anlagen.....	30
Umfrage der Bachelorarbeit.....	30
Die Ergebnisse der Umfrage .....	34

## Einleitung

„Die negative Einstellung der Niederländer zu Deutschland und den Deutschen hat eine lange Tradition [...]. Krieg und Besatzungszeit haben in ihren Auswirkungen bis in die Gegenwart hinein eine Tradition gebildet, denn sie stehen immer noch nicht außerhalb der Diskussion [...]“ (Lademacher, 2004).

Der Einfluss des zweiten Weltkrieges kann man heutzutage noch immer spüren. Nicht nur bei den Älteren, sondern auch bei den Jugendlichen werden die Deutschen häufig mit dem zweiten Weltkrieg assoziiert. Jedoch spielen mehrere Faktoren, bei der Charakterisierung der Deutschen, eine Rolle. Das Deutschlandbild von Niederländern wird also von mehreren Faktoren beeinflusst.

In den 1990er und 2000er Jahren ist das Deutschlandbild von Niederländern mehrmals untersucht worden. Nach dem Jahr 2006 haben Wissenschaftler sich kaum mit diesem Thema auseinandergesetzt. Aus diesem Grund können wir heutzutage nicht sagen, ob das Deutschlandbild der Niederländer sich inzwischen geändert hat. Obwohl die deutsch-niederländische Beziehungen sich die letzten Jahre ständig verbessert haben, bleibt diese Frage bestehen.

In dieser Arbeit wird das Deutschlandbild der Niederländer erneut erforscht. Dabei wird einerseits darauf geachtet, ob niederländische Jugendliche, die Deutschen noch immer mit Stereotypen, wie den zweiten Weltkrieg assoziieren. Andererseits wird einen Vergleich zwischen den schon bekannten Studien und dieser Studie gemacht, sodass dargestellt werden kann, ob Niederländer, die Deutschen sympathischer finden als früher. Die Hauptfrage dieser Studie lautet: Wie lässt sich das Deutschlandbild im Jahr 2021 von niederländischen Jugendlichen im Alter von 15-29 Jahren, im Hinblick auf Stereotype und den Grad der Sympathie, beschreiben?

Neben dieser Hauptfrage, stehen auch zwei Teilfragen im Fokus. Die erste Teilfrage bezieht sich auf den Vergleich zwischen den schon bekannten Studien und dieser Studie und kann wie folgt beschrieben werden: Wie verhält sich das heutige Deutschlandbild dieser Zielgruppe im Hinblick auf Stereotype und den Grad der Sympathie zu dem Deutschlandbild der 1990er und 2000er Jahren?

Die zweite Teilfrage fokussiert sich auf den Einfluss des Kontakts mit Deutschland auf die Art der Stereotype: Gibt es eine positive Beziehung zwischen dem Ausmaß des Kontakts mit Deutschland und der Art stereotypisierender Äußerungen der Befragten?

## **Ziel dieser Arbeit**

Ziel dieser Arbeit ist es, das heutige Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen ans Licht zu bringen. Das wird mithilfe einer Umfrage gemacht. Die erhobenen Daten der Umfrage werden anschließend analysiert und interpretiert. Auf diese Weise wird versucht eine Antwort auf die Hauptfrage zu geben.

## **Wissenschaftliche Relevanz**

Das Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen ist schon mehrmals untersucht worden. In den 1990er und 2000er Jahren haben verschiedene Wissenschaftler sich mit diesem Thema beschäftigt. Die letzte ausführliche Studie bezüglich dieses Themas stammt aus dem Jahr 2006. Danach wurde das Deutschlandbild von Niederländern kaum erforscht. Diese Studie versucht das Deutschlandbild der heutigen Zeit ans Licht zu bringen und damit an den schon bestehenden Studien anzuschließen. Das könnte dazu führen, dass das Bewusstsein über dieses Thema erweitert wird. Aus diesem Grund hat die Studie eine wissenschaftliche Relevanz.

## **Gesellschaftliche Relevanz**

Diese Studie hat neben einer wissenschaftlichen auch einer gesellschaftlichen Relevanz. Wenn sich beispielsweise aus dieser Studie ableiten lässt, dass die jungen Niederländer sich negativ gegenüber Deutschland und den Deutschen äußern, könnte das für die zukünftige Zusammenarbeit zwischen Niederländern und Deutschen negative Folge haben. Außerdem könnte es dazu führen, dass das Fach Deutsch in der Schule weniger gewählt wird, da die Schüler weniger an das Fach interessiert sind.

## **Aufbau der Arbeit**

Erstens werden die wichtigen Begriffe, die im Rahmen dieser Studie verwendet werden, erklärt. Anschließend werden relevante Studien aus den 1990er und 2000er Jahren bezüglich des Deutschlandbildes von Niederländern aufgelistet. Im Nachhinein wird die verwendete Methode besprochen. Es wird dabei auf die Gliederung und Verbreitung der Umfrage eingegangen. Danach werden die Ergebnisse der Studie vorgestellt und analysiert. Darüber hinaus gibt es eine kritische Reflexion der Ergebnisse. Schließlich werden im Ausblick Empfehlungen für mögliche weiterführende Studien gegeben.

## Theoretischer Rahmen

### 2.1 Begriffserklärung

Bei der Beschreibung dieser Studie werden unterschiedliche Begriffe verwendet. Um Missverständnisse zu vermeiden, werden sie im Folgenden ausführlich besprochen und erklärt.

#### 2.1.1 Stereotype und Vorurteile

In dieser Studie werden die Begriffe „Stereotyp“ und „Vorurteil“ häufig verwendet. Deswegen ist es wichtig, den Unterschied zwischen diesen Begriffen zu klären. Stereotype werden verwendet um eine Person oder einen Gegenstand zu charakterisieren (vgl. Friesenhahn, 2000). Genauer gesagt, sind Stereotype verallgemeinerte, vereinfachende und klischeehafte Vorstellungen im kognitiven Bereich (vgl. Ebda). „Ein Vorurteil ist [dagegen] ein Urteil, das ohne vorherige Erfahrung über etwas gefällt wurde“ (Ebda, 1). Diese Urteile hängen häufig mit negativen Bewertungen zusammen und beruhen sich auf negative Stereotype (vgl. Scheitza und Leenen, 2018). Zudem stehen sie oft im Zusammenhang mit Emotionen (vgl. Friesenhahn, 2000). Trotz dieser Unterschiede gibt es auch Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Begriffen. Eine dieser Gemeinsamkeiten ist die Funktion. Sowohl Stereotype als Vorurteile sorgen dafür, dass die Menschen, die Welt besser verstehen können, da Komplexität reduziert wird (vgl. Ebda). Auf diese Weise werden Menschen sozusagen klassifiziert, da Persönlichkeit und Nationalität miteinander verbunden werden. Das heißt, dass Mitglieder einer Gruppe stark generalisiert werden, da nicht auf die Unterschiedlichkeit des Individuums geachtet wird, sondern das Individuum wird als Teil einer (National) Kultur wahrgenommen (vgl. Scheitza und Leenen, 2018).

Jede Bevölkerungsgruppe hat seine eigene Stereotype und Vorurteile. Da diese Studie sich auf die Charakterisierung Deutschlands richtet, wäre es hilfreich ein paar Stereotype und Vorurteile Deutschlands aufzulisten. Die Beispiele dieser Stereotype und Vorurteile stammen aus einer Studie von Zeidenitz und Barkow aus dem Jahr 1997. Die Deutsche werden häufig mit den Stereotypen „ehrlich“, „pünktlich“, „diszipliniert“ und „organisiert“ verbunden. Darüber hinaus werden sie mit verschiedenen Vorurteilen assoziiert. „Alle Deutsche sind humorlos“ oder „alle Deutsche trinken Bier,“ sind Beispiele dieser Vorurteile (vgl. Ebda).

## 2.2 Forschungsstand

In den folgenden Abschnitten wird das Deutschlandbild der 1990er und 2000er Jahren ans Licht gebracht. Dieses Bild wird anhand verschiedener Studien illustriert. Auf diese Weise kann überprüft werden, inwiefern das heutige Deutschlandbild sich vom früheren unterscheidet.

### 2.2.1 Das Deutschlandbild der 1990er Jahren

Im Jahr 1993 stand das Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen im Mittelpunkt. In einer Studie des Instituts für internationale Beziehungen Clingendael wurde dieses Deutschlandbild, mittels einer Umfrage unter 1807 Jugendlichen, die zwischen 15 und 19 Jahre alt sind, befragt. Aus dieser Studie ergab sich, dass 56 Prozent der Jugendlichen eine negative Haltung gegenüber Deutschland einnahm (vgl. Jansen 1993, 47). Zudem stellte sich heraus, dass die jungen Niederländer, die Deutschen häufig mit dem zweiten Weltkrieg assoziierten (vgl. Ebda., 31). Darüber hinaus sollten die Schüler ihre Meinung bezüglich der deutschen Charaktereigenschaften äußern. Eine Mehrheit der Befragten fand die Deutschen dominierend und arrogant (71 beziehungsweise 60 Prozent) (vgl. Ebda., 47). Im Allgemeinen lässt sich also sagen, dass die jungen Niederländer im Jahr 1993 ein negatives „Deutschlandbild“ anzeigten.

2010 ist eine Studie von Duitsland Instituut Amsterdam veröffentlicht worden, in der die Gründe für das negative „Deutschlandbild“ im Jahr 1993 ausführlich besprochen worden sind. Die Clingendaelstudie war laut des Instituts eine Momentaufnahme. Zudem wurde 1993 in den Medien sehr schlecht über Deutschland berichtet. Es wurde vorwiegend über Skinheads und Gewalt von Rechtsextremisten gegenüber Asylbewerbern gesprochen (vgl. Duitsland Instituut Amsterdam 2011, 7f.). Die negative Berichterstattung in den Medien geht Hand in Hand mit einer Zunahme der verwendeten Stereotype über Deutschland (Westerik et al 2007, 50). Die Ergebnisse der Clingendaelstudie könnten unter dem Einfluss dieser Faktoren, einer zufälligen starken negativen Abweichung gewesen sein (vgl. Dekker, Aspelagh und Winkel 1997, 9).

Aus diesem Grund hat das Clingendael Instituut sich 1995 dafür entschieden, die Umfrage erneut durchzuführen. Die Umfrage wurde diesmal von mehr als 1000 Jugendlichen ausgefüllt (vgl. Ebda., 10). Einerseits sollten die Befragten, Fragen bezüglich ihrer Haltung gegenüber Deutschland und den dazugehörigen Stereotypen, beantworten. Andererseits ist eine neue Komponente hinzugefügt worden. Dabei stand nicht nur die Haltung gegenüber Deutschland, sondern auch die Haltung gegenüber dem eigenen Land, zentral. Zudem sollten

die Befragten, Fragen in Bezug auf ihre emotionelle Beziehung mit Deutschland, beantworten (vgl. Ebda., 10). Aus dieser Studie lässt sich ableiten, dass sich das negative „Deutschlandbild“ unter Niederländer im Jahr 1995 zwar noch immer erhalten hat, aber es ist weniger negativ als 1993 (vgl. Ebda., 10). Im Vergleich zu anderen Ländern in der Welt wurde Deutschland von Niederländern trotzdem am schlechtesten beurteilt, insbesondere hinsichtlich Emotionen und Stereotype. Freunde und Großeltern haben vor allem dazu beigetragen, dass Niederländer, eine negative Haltung gegenüber Deutschen hatten (vgl. Ebda., 10). Der Einfluss von sozialen Kontakten auf das „Deutschlandbild“ der Jugendlichen, darf nicht unterschätzt werden. Das wird in einer Studie von Dekker und Dubbelink (1995) nachdrücklich deutlich gemacht. Je positiver die Meinungen von Freunden, Großeltern und Eltern, bezüglich der Deutschen sind, desto positiver die persönliche Haltung der Jugendliche gegenüber den Deutschen ist (vgl. Du Bois-Reymond 1998, 33). Die negative Beurteilung der Deutschen von Freunden und Großeltern, könnte also einen Grund für die negative Bewertung von Deutschland unter niederländischen Jugendlichen sein.

Was die Situation in den Niederlanden betrifft, hat sich 1997 Verschiedenes geändert. Wie bereits erwähnt, spielen die Medien, im Hinblick auf die Perzeption Deutschlands, eine einflussreiche Rolle. In den niederländischen Medien wurde 1997 positiver über Deutschland berichtet als in der Periode zuvor. So wurde beispielsweise häufig über das ausgezeichnete Verhältnis zwischen damaligem niederländischen Ministerpräsident Wim Kok und dem deutschen Bundeskanzler Helmut Kohl, berichtet (vgl. Dekker, Aspelagh und Winkel 1997, 11). Gleichzeitig hat sich der niederländische Unterricht verbessert. Das hat zur Folge, dass niederländische Schüler besser über Deutschland informiert wurden (vgl. Ebda., 11). Aufgrund dieser Entwicklungen hat das Clingendael Instituut weiterhin eine Umfrage unter Niederländern bezüglich des Deutschlandbildes durchgeführt. Die Erwartung war, dass diese Entwicklungen zum positiveren Deutschlandbild beitragen wurde (vgl. Ebda., 11). Im Gegensatz zu den Erwartungen der ForscherInnen, wurde Deutschland noch immer negativ beurteilt (38 Prozent der Befragten) (vgl. Ebda., 38). Zudem wurde Deutschland als „kriegslustig“ und „unsympathisch“ bezeichnet. In Bezug auf Stereotype ist ein gleicher Trend als im Jahr 1995 zu erkennen, Deutschland wurde noch immer mit „Arroganz“ und „Unfreundlichkeit“ assoziiert (vgl. Ebda., 38). Im Vergleich zu den Jahren 1993 und 1995 hat sich am Deutschlandbild also kaum etwas geändert.

### 2.2.2 Das Deutschlandbild nach der Jahrhundertwende

Nach der letzten Clingendaelstudie gab es bis 2003 keine weitere Untersuchungen bezüglich dieses Themas. 2003 hat sich die Untersuchung nach dem „Deutschlandbild“ von Niederländern also wieder fortgesetzt. Die ersten Personen, die sich erneut mit diesem Thema beschäftigt haben, sind die Deutschdozentinnen Britta Bendieck und Marta Stehr. Sie stellten in ihrem Unterricht nämlich heraus, dass die niederländischen Schüler für die Beschreibung Deutschlands, nur negative Wörter wie „Schweinehund“ und „sieg heil“, verwendeten (Bendieck, Stehr 2003, 3). Mittels einer Umfrage unter 219 niederländischen Schülern, haben die beiden Dozentinnen versucht das Deutschlandbild des Jahres 2003 ans Licht zu bringen. Die Ergebnisse dieser Studie werden im Folgenden auf den Punkt gebracht. Erstens hatten sich die beiden Dozentinnen die Frage gestellt, wie attraktiv das Schulfach „Deutsch“ unter niederländischen Schülern ist. 20,1 Prozent der Schüler haben dabei angegeben, das Fach „Deutsch“ gern zu lernen, während 24,7 Prozent angab sich nicht gern mit dem Fach zu beschäftigen (vgl. Ebda., 5). Hier muss auch darauf hingewiesen werden, dass 48,9 Prozent der Schüler das Lernen der deutschen Sprache für wichtig hielt (vgl. Ebda., 5). Zweitens haben die Dozentinnen in ihrer Studie bemerkt, dass 55,6 Prozent der befragten Schüler noch gar nicht mit Deutschland in Kontakt gekommen waren (vgl. Ebda., 5). Das Bild, das sie von Deutschland hatten, basierte sich vor allem auf Fernsehbilder (77,5%) oder die Berichterstattung in den Nachrichten (52,8%) (vgl. Ebda., 5). Was die allgemeine Haltung der Niederländer gegenüber Deutschland betrifft, kann man im Rahmen dieser Studie sagen, dass sich eine Wende vollzogen hat. Deutschland wurde von 39,8 Prozent der Schüler als positiv beurteilt und nur von 9,1 Prozent als negativ (vgl. Ebda., 5). Zudem wurde der „typische“ Deutsche in 42,5 Prozent der Fälle mit positiven Eigenschaften in Verbindung gebracht. In nur 9,1 Prozent der Fälle wurden die Deutschen mit negativen Eigenschaften assoziiert (vgl. Ebda., 5).

Etwa ein Jahr später gab es eine erneute Studie zum Deutschlandbild der Niederländer. Das Image von Deutschland, vorangehend an der Fußballweltmeisterschaft 2006, wurde in dieser Studie befragt. Die Studie ist von TNS Emnid durchgeführt worden. Die Einwohner von 11 unterschiedlichen Staaten wurden gefragt, was sie von Deutschland hielten beziehungsweise was sie von der Weltmeisterschaft erwartete. Die Zielsetzung dieser im Jahr 2004 erschienenen Studie ist ähnlich zu den bisher angesprochenen Studien und bezieht sich also auf die Rolle, die Deutschland auf der Weltbühne spielt. 500 Personen haben an dieser Studie teilgenommen. Aus dieser Studie geht hervor, dass 49 Prozent der Niederländer, die Deutschen als sympathisch bezeichneten. In nur 7 Prozent der Fälle, wurden die Deutschen

als unsympathisch angesehen (TNS Emnid 2004, 9). Weiterhin wurde festgestellt, dass die Niederländer, die Deutschen als „gastfreundlich“, „fleißig“ und „fußballbegeistert“ beurteilten (vgl. Ebda., 11). Niederländer waren gewissermaßen positiv über die Charakteristiken, „Toleranz“, „fröhlich“, und „weltoffen.“ Schließlich ist in dieser Studie die Haltung der Niederländer gegenüber Deutschland bezüglich der Politik unter die Lupe genommen. Auch in diesem Bereich ist Deutschland relativ positiv beurteilt worden. Die Studie betont vorwiegend, die wichtige Rolle, die Deutschland als Handelspartner von den Niederlanden erfüllt (vgl. Ebda., 19). Im Allgemeinen lässt sich sagen, dass die Niederländer im Jahr 2004 ein positives Deutschlandbild zeigten.

Die niederländische Positivität gegenüber Deutschland und den Deutschen hat sich im Jahr 2005 durchgesetzt. In einer Studie von Geografiestudenten aus Utrecht, wurden die Deutschen, auf einer Skala von 1 bis 10, mit einer Durchschnittsnote von 6,3 beurteilt. Damit stand Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Ländern auf dem fünften Platz (vgl. Deutschland Institut Amsterdam, 2005). Die 900 Befragten, die an dieser Studie teilnahmen, sollten sich spontan über die Deutschen äußern. Es fiel dabei auf, dass ein Viertel der befragten Niederländer, die Deutschen, mit positiven Adjektiven wie „prima“ verbunden hatten. Das Wort „freundlich“ wurde in einem Fünftel der Fälle genannt (vgl. Ebda.). Außerdem soll noch darauf hingewiesen werden, dass diese Studie sich, im Gegensatz zu den bisher angesprochenen Studien bezüglich dieses Themas, auf die Grundgesamtheit der niederländischen Bevölkerung richtete (vgl. Ebda.). Auf diese Weise konnten die ForscherInnen, Schlüsse für die unterschiedlichen Schichten der Bevölkerung (Jugendliche, Erwachsene und Ältere) ziehen. Sie konkludierten beispielsweise, dass die Deutschen, durch niederländische Jugendliche im Alter von 16 -19 Jahren, mit einer Durchschnittsnote von nur 5,9, am negativsten beurteilt wurden. Laut der ForscherInnen hat das vor allem mit dem Unterricht in der Schule zu tun. Die Jugendlichen beschäftigten sich im Unterricht nämlich vorwiegend mit dem Zweiten Weltkrieg und dadurch ist ihr Deutschlandbild stark beeinflusst. Schließlich stellte sich heraus, dass intensiver Kontakt mit Deutschland zur positiven Änderung des Deutschlandbildes beiträgt. Je mehr Kontakt man mit Deutschland hat, desto positiver das Deutschlandbild ist (vgl. Ebda.).

Im Jahr 2006 gab es zum letzten Mal eine ausführliche Studie über das Deutschlandbild von Niederländern. Die Studie, die von der Wochenzeitschrift *Intermediair* ausgeführt wurde, basierte sich auf die Fragen der Clingendaelstudie und ist von etwa weniger als 800 gut ausgebildete Niederländer im Alter bis 45 Jahre alt ausgefüllt worden. Aus dieser Studie

ergab sich, dass 80 Prozent der Befragten, die Deutschen als entweder „ziemlich sympathisch“ oder „sehr sympathisch“, bezeichnete (Deutschland Institut Amsterdam, 2013). Zudem gab fast 50 Prozent der Befragten an, einen Deutschen als Nachbarn haben zu wollen. Im Vergleich zu der ersten Clingendaelstudie (1993) haben sich die Ergebnisse also stark geändert.

## Methode

Im Folgenden wird die verwendete Methode dieser Studie erklärt. Es wird dabei eingegangen auf die Befragungsart, die Respondentengruppe und die Verzerrungsfaktoren. Im Nachhinein wird die Gliederung und Relevanz der Studie besprochen.

Für die Ausarbeitung dieser Studie ist, aus unterschiedlichen Gründen, dafür entschieden, erneut eine quantitative Befragung durchzuführen. Erstens ermöglicht diese Herangehensweise einen Vergleich zwischen dieser Studie und den Clingendaelstudien, da die meisten Fragen, die im Rahmen dieser Studie gestellt worden sind, einfach aus der Clingendaelstudie stammen. Die Ergebnisse dieser Studie können dadurch direkt mit den Ergebnissen der Clingendaelstudie verglichen werden. Zweitens kann man laut Albert und Marx davon ausgehen, dass man mittels einer Umfrage genau das Benehmen erforscht, wie es tatsächlich stattfindet. Es zeigt also eine Art „gefilterte Wirklichkeit“ (vgl. Albert, Marx 2016, 59). Wenn man für die Ausarbeitung dieser Studie, eine andere Methodik verwenden würde, wäre es schwieriger, einen Vergleich zwischen den Studien ziehen zu können. Außerdem wäre es schwieriger, die „gefilterte Wirklichkeit“ ans Licht zu bringen.

Es gibt bestimmte Faktoren, die die Ergebnisse dieser Studie hatte verzerren können. Anhand der verwendeten Methode wurde aber versucht diese Verzerrungsfaktoren einzudämmen. Es wurde beispielsweise dafür entschieden, die Umfrage nicht mündlich, sondern schriftlich durchzuführen, sodass die Befragten so wenig wie möglich von sogenannten Intervieweffekte beeinflusst werden. Wenn man eine Umfrage mündlich durchführt, könnte das Verhalten der interviewten Person durch die Fragenstellung oder Formulierung des Interviewers beziehungsweise der Interviewerin beeinflusst werden (vgl. Ebda., 59f). Bei einer schriftlichen Umfrage tritt dieses Problem nicht auf. „Ein weiterer Vorteil [einer schriftlichen Befragung im Vergleich zu mündlichen Befragungen] ist, dass man in erheblich kürzerer Zeit viel mehr Personen befragen kann und somit leichter auf eine akzeptable Größe der Stichprobe kommt.“ (Ebda., 60).

### 3.1 Befragten

Die Respondentengruppe, die im Rahmen dieser Studie verwendet wird, sind niederländischen Jugendliche, die zwischen 15-29 Jahren alt sind. Diese Respondentengruppe ist nicht ohne Grund gewählt worden. Aus einer Studie von Renckstorf stellte sich heraus, dass „Niederländer im Alter von 50 Jahren und älter und Jugendlichen, die zwischen 15 und 29 Jahren alt sind, extremere Einstellungen gegenüber Deutschland zeigten als Erwachsenen im Alter von 30-49 Jahren. Das heißt, dass die niederländischen Jugendlichen und Älteren, die Deutschen als entweder sehr positiv oder sehr negativ beurteilen. Erwachsenen zeigen dagegen ein eher neutraleres Deutschlandbild“ (Du Bois-Reymond 2010, 33). Wegen der Tatsache, dass sich die jungen Leuten extremer zu Deutschland und die Deutschen äußern, sind sie für diese Studie geeignet. Darüber hinaus ist noch anzumerken, dass die älteren Leuten im Rahmen dieser Studie, nicht befragt wurden, da sie online schwieriger zu erreichen sind. Selbstverständlich könnte man Einwände gegen die verwendete Methode erheben, da man beispielsweise keine Schlüsse für die Grundgesamtheit der niederländischen Bevölkerung ziehen kann. Ziel dieser Arbeit ist es aber das Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen ans Licht zu bringen, weil frühere Studien sich vor allem auf Jugendliche konzentrierten und man deswegen die verschiedenen Studien gut miteinander vergleichen kann. Zudem richtet diese Studie sich auf das Ausmaß des Kontakts mit Deutschland. Wenn man auf der Suche nach der Beziehung zwischen diesem Ausmaß des Kontakts mit Deutschland und der Art der stereotypisierenden Äußerungen der Befragten, Erwachsene befragen würde, wäre es schwieriger die beiden Aspekte miteinander in Beziehung zu bringen da Erwachsene aller Wahrscheinlichkeit nach häufiger Kontakt mit Deutschland gehabt haben. Es wäre dann fraglich, ob die stereotypisierenden Äußerungen durch den Kontakt mit Deutschland oder durch andere Faktoren, entstanden worden sind. Schließlich soll nicht unerwähnt bleiben, dass im Rahmen dieser Studie, Zeit auch eine Rolle spielt und die Respondentengruppe deswegen abgegrenzt werden muss.

### 3.2 Konzeption des Fragebogens

Um zu bestimmen, wie das heutige „Deutschlandbild“ von jungen Niederländern aussieht, ist dafür entschieden einen Online-Fragebogen durchzuführen. Wegen der Coronapandemie wäre es sonst schwierig, niederländische Jugendliche zu erreichen. Das Programm, das in dieser Studie verwendet wurde, heißt Qualtrics. Ein Vorteil dieses Programms ist, dass unterschiedliche Fragen (geschlossene und offene Fragen) gestellt werden können. Zudem kann die Umfrage, mittels dieses Programms vielfältig verwendet werden. Das heißt, dass die Umfrage nicht nur auf dem Computer, sondern auch auf dem Handy ausgefüllt werden kann.

### 3.3 Gliederung und Relevanz

Die Umfrage besteht aus 10 Fragen unterschiedlicher Art. Die Mehrheit der Fragen ist von der Clingendaelstudie übernommen worden, da sie von besonderer Relevanz für die Darstellung des Deutschlandbildes von Niederländern ist. Es ist beispielsweise wichtig zu wissen, mit welchen Eigenschaften, die Niederländer, die Deutschen in Verbindung bringen. Hieraus lässt sich nämlich ableiten, ob das Deutschlandbild der Niederländer positiv oder negativ ist (sechste Frage des Fragebogens). Auch die verschiedenen Fragen hinsichtlich des Kontakts mit Deutschland sind relevant. Anhand dieser Fragen kann herausgefunden werden, welche Faktoren bei der Bestimmung des Deutschlandbildes eine Rolle spielen. Die Herangehensweise dieser Studie ermöglicht zudem einen Vergleich zwischen den beiden Studien. Die übernommenen Fragen sind an die heutige Zeit angepasst. Das heißt, dass jede Person, die die Umfrage ausfüllt, die Fragen verstehen kann. Aus diesem Grund ist die Umfrage in der niederländischen Sprache verfasst.

Die Umfrage fängt mit einer Einleitung und den dazugehörigen Hinweisen für die Beantwortung der Fragen an. So tritt beispielsweise deutlich hervor, dass die Umfrage individuell und wahrheitsgemäß ausgefüllt werden soll. Zudem wird eine Einschätzung der benötigten Zeit, die es braucht um die Umfrage (5-10 Minuten) auszufüllen, gegeben. Anschließend sollen die Fragen beantwortet werden. Schließlich werden die Antworten gespeichert und wird der Teilnehmer beziehungsweise die Teilnehmerin für die Mitarbeit bedankt.

Die Haupt- und Teilfragen dieser Studie werden anhand der Antworten dieser Umfrage beantwortet. Im Folgenden wird ausführlich besprochen, wie die individuellen Fragen des Fragebogens mit den Haupt- und Teilfragen in Verbindung stehen.

Die ersten drei Fragen des Fragebogens zeigen ein allgemeines Bild der Befragten. Die erste Frage lautet: Was ist dein Geschlecht? Diese Frage ist in der Umfrage aufgenommen worden, da es zur Kontrolle der Hauptfrage dient. Ziel dieser Arbeit ist es, das Deutschlandbild der Niederländer im Alter von 15-29 Jahren, so ausführlich und präzise wie möglich, zu veranschaulichen. Deswegen soll darauf geachtet werden, dass es genügend männliche und weibliche Befragte gibt, sodass eventuelle Unterschiede zwischen den Geschlechtern festgestellt werden können. Die zweite Frage richtet sich auf die Validität dieser Studie. Es wird nachgegangen, ob die befragte Person für diese Studie geeignet ist. Das heißt, dass nur die Ergebnisse der Befragten, die zwischen 15-29 Jahren alt sind, verwendet und analysiert wurden. Bei der dritten Frage sollen die Befragten angeben was ihr Ausbildungsniveau ist.

Auf diese Weise kann überprüft werden, ob die Studie reliabel ist. Wenn beispielsweise nur Vwo-Schüler, die Umfrage ausgefüllt haben, könnte nur Schlüsse über Schüler mit einer hohen Ausbildung gezogen werden. Das könnte dazu führen, dass das Deutschlandbild der Realität nicht entspricht, da Jugendliche mit einem niedrigeren Ausbildungsniveau, unzufriedener sind als Jugendliche mit einem höheren Ausbildungsniveau. (CBS, 2017) Das könnte zur Folge haben, dass sie nicht nur sich selbst, sondern auch die Deutschen negativer beurteilen. Aus diesem Grund wurde diese Frage in der Umfrage hinzugefügt.

Wie in der Einleitung erwähnt, wird in dieser Studie, mittels einer Reihe von Fragen aus einem Fragenbogen, versucht das Deutschlandbild bezüglich Stereotype ans Licht zu bringen. Die sechste und achte Frage befassen sich mit diesem Thema. Die Befragten sollten drei Wörter nennen, mit denen sie die Deutschen charakterisieren. Bei der Analyse der Daten wird einerseits darauf geachtet, welche Art von Wörtern, die Befragten bei der Charakterisierung der Deutschen verwendet haben. Andererseits wird analysiert, ob es einen Unterschied gibt zwischen Personen die Deutschland mehrmals besucht haben und Personen, die nur ein- oder zweimal einen Aufenthalt in Deutschland gemacht haben. Bei der achten Fragen des Fragenbogens gibt es zehn Aussagen über Deutschen, wobei die Befragten angeben sollten, inwiefern eine Aussage ihrer Meinung nach auf die Deutschen zutrifft. Diese Aussagen basieren auf die Ergebnisse der Clingendaelstudien. So wurden die Deutschen 1993 beispielsweise als dominant und arrogant bezeichnet. (Siehe theoretischen Rahmen) Das ist den Grund weshalb die Befragten sich in der Umfrage über Aussagen wie „Deutsche sind arrogant“ und „Deutsche sind dominant“ äußern sollen. Auf diese Weise kann überprüft werden, ob die Stereotype, die in der 1990er und 2000er Jahren bei der Charakterisierung von Deutschen auftauchten, auch das heutige Deutschlandbild prägen.

Zudem wird, im Rahmen dieser Studie, versucht die Charakteristiken, die den Deutschen zugeschrieben wurden, mit dem Ausmaß des Kontakts mit Deutschland in Verbindung zu bringen. Diese Verbindung sollte mithilfe von drei Fragen des Fragenbogens ermittelt werden. Eine dieser Fragen ist die folgende: Wie oft hast du Deutschland besucht? Aus einer Studie von Dekker und Jansen (1995) stellte sich heraus, dass Jugendliche, die mehrmals Kontakt mit Deutschland gehabt haben, sich positiver gegenüber den Deutschen äußern (vgl. Du Bois-Reymond 1998, 33). Im Rahmen dieser Studie wurde dadurch erwartet, dass die Jugendlichen bei der Charakterisierung der Deutschen weniger Stereotype verwenden würde, wenn sie mehr Kontakt mit Deutschland gehabt haben. Aus diesem Grund ist diese Frage in der Umfrage hinzugefügt worden. Bei der siebten und neunten Frage des Fragenbogens steht die

Art des Kontakts mit Deutschland im Fokus. Besteht dieser Kontakt nur aus Erfahrungen mit den Deutschen oder spielen auch andere Faktoren, wie Freunde und die Schule eine Rolle? Diese beiden Fragen sorgen für eine Erweiterung des „Kontaktbegriffs“, in dem Sinne, dass man sich im Rahmen dieser Studie darüber bewusst ist, dass Kontakt nicht nur als tatsächlicher Aufenthalt in Deutschland verstanden werden kann. Es gibt mehrere Faktoren, die einen Einfluss auf das Deutschlandbild von Jugendlichen haben können.

Die fünfte und zehnte Frage beziehen sich auf den Grad der Sympathie. Bei der fünften Frage sollten die Befragten gezielt und bewusst, auf einer Skala von 0-100 angeben, wie sympathisch sie Deutsche finden. Je höher die Punktezahl, desto positiver ist die Beurteilung der Deutschen. Bei der zehnten Frage wird der Sympathiegrad nochmals untersucht. Diesmal sollten die Befragten mittels einer Multiple-Choice-Frage angeben, wie sie Deutschland im Allgemeinen beurteilen (Sehr positiv, positiv, neutral, negativ oder sehr negativ).

### 3.4 Verbreitung der Umfrage

Hauptsächlich wurde die Umfrage über WhatsApp verbreitet, da man auf diese Weise, die Befragten aus der persönlichen Umgebung, am besten erreichen konnte. Trotzdem wurde die Umfrage nicht nur über WhatsApp, sondern auch über andere Kanäle wie Facebook, LinkedIn und E-Mail verbreitet. Das hat zur Folge, dass auch Befragten außerhalb der persönlichen Umgebung an der Umfrage teilnehmen konnten. Diese Herangehensweise sorgt dafür, dass die Studie repräsentativ ist, da jede Person im Alter von 15-29 Jahren, die Zugang zum Internet hat, die Umfrage ausfüllen kann.

### Datenanalyse

Die Umfrage ist von insgesamt 161 Befragten ausgefüllt worden. Allerdings wurde nicht alle Fragen von jeder Person beantwortet. Aus diesem Grund wird bei jeder Frage beim Resultat angegeben, wie viel Befragten die entsprechende Frage beantwortet haben. Die Umfrage ist von 63 männlichen und 97 weiblichen Personen ausgefüllt worden (N = 160) (siehe Anhang, Abbildung 1).

Die Befragten sind zwischen 14-29 Jahren alt. Die Umfrage wurde hauptsächlich von 16- (23%) und 21-Jährige (11,8%) ausgefüllt. Wie bereits erwähnt richtet diese Studie sich auf das Deutschlandbild von Jugendlichen im Alter von 15-29 Jahren. Bei der Ausarbeitung der Daten ist ohne Absicht, eine 14-jährige Person übersehen. Die Antworten dieser Person sind deswegen unbewusst in die Datenerhebung miteingenommen (N = 161) (Für die genaueren Daten dieser Frage, siehe Anhang, Abbildung 2).

Die Mehrheit der Befragten hat eine universitäre Ausbildung gemacht (32,9%). Trotzdem haben auch viele Vwo- (22,4%), Havo- (18,6%), und Hbo-Studenten (18,6%) an der Umfrage teilgenommen. Zudem ist die Umfrage von 6 Mbo-Schülern (3,7%) und 5 Vmbo-Schülern (3,1%) ausgefüllt worden. Eine Person hat angegeben, eine andere Ausbildung gemacht zu haben (0,6%) (N = 161) (siehe Anhang, Abbildung 3).

#### 4.1 Stereotype

Wie in der unterstehenden Tabelle (siehe auch Anhang, Abbildung 8) zu sehen ist, werden die Deutschen häufig als „fleißig,“ (81,41%) „freundlich,“ (79,35%) und „gesellig“ (77,42%) bezeichnet. In geringerem Maße werden sie mit den Eigenschaften „friedlich“ (60%) und „fröhlich“ (59,35%) in Verbindung gebracht. Zudem haben sie angegeben, dass die Aussage „Deutsche strahlen Autorität aus“ (64,52%) auf die Deutschen zutrifft. Sie werden dagegen nicht mit den Eigenschaften „weltdominierend“ und „kriegslustig“ assoziiert (67,53 beziehungsweise 80 Prozent). Darüber hinaus gibt es bestimmte Eigenschaften, bei denen die niederländischen Befragten sich nicht sicher sind, ob diese an den Deutschen zugeschrieben werden können. Auf die Aussage „Deutschen sind dominierend“ wurde von den jungen Niederländern sehr unterschiedliche Antworten gegeben. 34,19 Prozent der Befragten hat auf diese Aussage mit „ja“ geantwortet, 32,26 Prozent der Befragten hat angegeben nicht zu wissen, ob diese Aussage mit den Deutschen zu verknüpfen ist und 33,55 Prozent hat mit „nein“ geantwortet. Auch über die Aussage „Deutsche sind arrogant“ sind die Meinungen der Niederländer gespalten. Dennoch wurde diese Aussage hauptsächlich mit „nein“ beantwortet. (47,40 Prozent) 28,57 Prozent der Befragten ist der Ansicht, dass diese Eigenschaft schon mit den Deutschen in Verbindung gebracht werden kann. 24,03 Prozent hat „weiß ich nicht“ als Antwort auf diese Aussage gegeben (N = 154-156).

#	Field	Ja	Weet ik niet	Nee	Total
1	Duitsers houden van gezag	64.52% 100	30.32% 47	5.16% 8	155
2	Duitsers zijn overheersend	34.19% 53	32.26% 50	33.55% 52	155
3	Duitsers zijn vrolijk	59.35% 92	17.42% 27	23.23% 36	155
4	Duitsers zijn hardwerkend	81.41% 127	14.10% 22	4.49% 7	156
5	Duitsers zijn vriendelijk	79.35% 123	10.32% 16	10.32% 16	155
6	Duitsers zijn arrogant	28.57% 44	24.03% 37	47.40% 73	154
7	Duitsers willen de wereld overheersen	11.04% 17	21.43% 33	67.53% 104	154
8	Duitsers zijn vredelievend	60.00% 93	29.03% 45	10.97% 17	155
9	Duitsers zijn gezellig	77.42% 120	13.55% 21	9.03% 14	155
10	Duitsers zijn oorlogszuchtig	4.52% 7	15.48% 24	80.00% 124	155

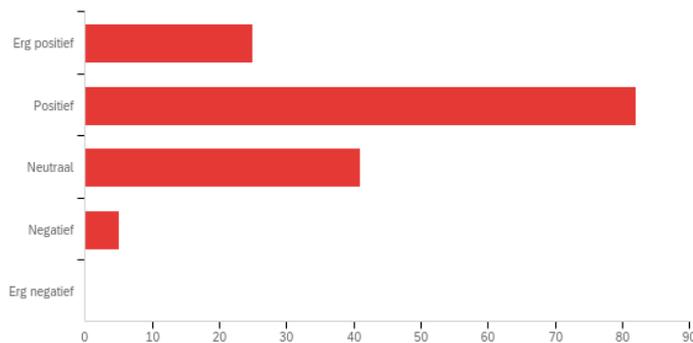
Showing rows 1 - 10 of 10

Bei der sechsten Frage der Umfrage sollten die Befragten sich über Deutschland und die Deutschen äußern. Sie sollten drei Assoziationen, die sie mit Deutschland in Verbindung bringen, aufschreiben. Auf diese Weise kann überprüft werden wie das heutige Deutschlandbild der jungen Niederländer im Alter von 15-29 Jahren, aussieht. Aus dieser Frage lässt sich ableiten, dass 12,2% Prozent der Befragten, die Deutschen mit „Freundlichkeit“ assoziieren. Weiterhin ist es bemerkenswert, dass die Befragten bei der Charakterisierung der Deutschen gegensätzliche Begriffe verwendet haben. Einerseits werden die Deutschen beispielsweise als „nicht sozial,“ „seriös“ und „arrogant“ bezeichnet (10,6%). Andererseits werden sie von den jungen Niederländern als „gastfreundlich,“ „offen“ und „ehrlich“ dargestellt (6,7%). Zudem wurde einen Vergleich zwischen den Deutschen und den Niederländern gemacht. 4 Befragte (0,9%) haben nämlich angegeben, dass die Deutschen und die Niederländer gleichwertig sind. Es gibt jedoch auch junge Niederländer, die die Deutschen als „nicht Niederländisch“ bezeichnen (3,7%). 0,7 Prozent der Befragten hat keine Ahnung mit welchen Eigenschaften sie die Deutschen in Verbindung bringen müssen (Für einen ausführlichen Überblick, siehe Anhang, Abbildung 6) (N = 433).

#### 4.2 Grad der Sympathie

In Bezug auf den Grad der Sympathie wurden die Deutschen mit einer Durchschnittsnote von 67,38 beurteilt und deswegen werden sie von den jungen Niederländer als ziemlich sympatisch angesehen. Jedoch werden die Deutschen in 11,8 Prozent der Fälle als unsympatisch bezeichnet. Das heißt, dass 19 Schüler, die Deutschen mit einer Punktzahl von 0-49 beurteilt haben (N = 161) (siehe Anhang, Abbildung 5).

Basierend auf den Ergebnissen der zehnten Frage lässt sich sagen, dass die jungen Niederländer, die Deutschen positiv beurteilen. Wie man in Abbildung 10 sehen kann, wird Deutschland von 25 beziehungsweise 82 Befragten als entweder sehr positiv oder positiv beurteilt (69,93%). Nur 5 Befragte (3,27%) betrachtete Deutschland als negativ. Zudem fällt es auf, dass die Option „sehr negativ“ von keinem der Befragten gewählt wurde (N = 153) (siehe Anhang, Abbildung 10).



### 4.3 Kontakt

Eine klare Mehrheit der Befragten ist schon häufig mit Deutschland in Kontakt gekommen. Aus der Umfrage stellte sich heraus, dass fast 80 Prozent der Befragten, Deutschland, mindestens fünf Mal, besucht haben. 35 Befragte (21,74%) haben nur ein- bis viermal einen Aufenthalt im Nachbarland der Niederlande gemacht. Ebenfalls ist festzustellen, dass keine einzige Person niemals in Deutschland gewesen ist (N = 161) (siehe Anhang, Abbildung 4).

Das Deutschlandbild der jungen Niederländer wird hauptsächlich durch den Kontakt mit Deutschland bestimmt. Die Befragten haben diese Aussage, mittels ihrer Antworten auf die siebte Frage, bestätigt. Die Charakteristiken, die sie den Deutschen zugeschrieben haben, sind nämlich in 82,9 % der Fälle auf die eigenen Erfahrungen mit den Deutschen basiert. Nur 17 Befragte (10,8%) haben keine Ahnung, weshalb sie die Deutschen mit den von ihnen ausgewählten Eigenschaften in Verbindung gebracht haben (N = 158) (siehe Anhang, Abbildung 7).

Wie schon erwähnt, ist der Kontakt, den die Befragten mit Deutschland und den Deutschen gehabt haben, nicht nur auf das Thema „Aufenthalt“ beschränkt. Es gibt mehrere Faktoren, die beim Verständnis des Kontaktbegriffs, eine Rolle spielen. Auf die Frage, von wem oder was die Befragten mit Deutschland kennengelernt haben, antworteten 26,87 Prozent mit „Familie.“ Das heißt, dass die Befragten angegeben haben, via ihre Eltern, Großeltern oder sonstige Familienmitglieder, Kenntnisse über Deutschland bekommen zu haben. Außerdem wurde die Rolle der Schule bezüglich einer Erhöhung des Kontakts mit Deutschland, von insgesamt 28,35 Prozent der Befragten, anerkannt. Sie sind mittels der Fächer „Deutsch,“ (14,44%) „Geschichte“ (10,43%) und „Geografie“ (3,48%) mit Deutschland in Berührung gekommen. Ein anderer Faktor, der das Ausmaß von Kontakt mit Deutschland beeinflussen kann, sind die Medien. Die Befragten sind von Büchern, Zeitungen (9,22%) und dem Fernseher (8,96%) beeinflusst worden. Auch während der Ferien (15,24%) sind die Befragten

mit Deutschland und den Deutschen (11,36%) in Kontakt gekommen (N = 748, die Befragten könnten mehrere Antworten auf die Frage geben) (siehe Anhang, Abbildung 9).

Mit den Ergebnissen der Fragen bezüglich Kontaktes kann nur ein globales Deutschlandbild dargestellt werden. Aus diesem Grund ist dafür entschieden, diese Fragen detaillierter unter die Lupe zu nehmen. Auf diese Weise können genauere Schlussfolgerungen über das Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen gezogen werden. Wie sich in den Tabellen (siehe Anhang, Abbildungen 11.1 und 11.2) ableiten lässt, ist die Respondentengruppe in zwei Gruppen eingeteilt. Einerseits stehen die Befragten, die Deutschland nur ein- oder zweimal besucht haben, zentral. Andererseits wurden die Befragten, die mehrmals einen Aufenthalt in Deutschland gemacht haben, mit ihren Antworten auf der sechsten Frage in Verbindung gebracht. Das mit dem Ziel, herauszufinden, ob die Befragten, die wenig mit Deutschland in Kontakt gekommen sind, andere Stereotype verwenden, als diejenige die mehrmals mit Deutschland Kontakt gehabt haben. Die Antworten auf die sechste Frage (Mit welchen drei Wörtern, charakterisierst du den Deutschen?) sind anhand einem Kodierschema (siehe Anhang, Abbildung 11) kategorisiert worden. Diese Herangehensweise hat einen Mehrwert für diese Studie. Wenn beispielsweise festgestellt werden kann, dass direkter Kontakt einen positiven Einfluss auf das Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen hat, könnte verschiedene Maßnahmen getroffen werden, um dafür zu sorgen, dass Jugendliche häufiger mit Deutschland in Kontakt kommen. Das heißt, dass mittels dieser Frage versucht wird herauszufinden, inwiefern Jugendliche, die kaum in Deutschland gewesen sind, die Deutschen mit negativen Assoziationen, wie den zweiten Weltkrieg in Verbindung bringen.

Aus den beiden Tabellen stellt sich heraus, dass die jungen Niederländer, die Deutschen vor allem mit ihren Charaktereigenschaften in Verbindung bringen (71,74% bzw. 77,38%). Weiterhin fällt auf, dass die Befragten, die Deutschland nur ein- oder zweimal besucht haben, die Deutschen in 2,17 Prozent der Fälle mit dem zweiten Weltkrieg und dazugehörigen Nazismus assoziieren. Die Befragten, die Deutschland mehrmals besucht haben, haben diese Assoziationen gar nicht gemacht. Schließlich soll noch darauf hingewiesen werden, dass die Befragten die mehr Kontakt mit Deutschland hatten, die Deutschen prozentuell gesehen, weniger mit der Kategorie „Typisch Deutsch“ verbunden haben. Das heißt, dass sie die Deutschen weniger mit Bier, Autos und das Oktoberfest assoziieren.

## Diskussion und kritische Reflexion der Ergebnisse

### 5.1 Interpretation der Ergebnisse

Im Folgenden werden die Haupt- und Teilfragen dieser Studie mit den bereits präsentierten Ergebnissen verbunden. Dabei wird nachgegangen, wie die Ergebnisse interpretiert werden sollen. Zudem werden sie mit den sonstigen Studien (siehe theoretischen Rahmen) bezüglich dieses Themas verglichen.

#### 5.1.1 Teilfrage 1

Wie in der Einleitung dieser Studie erwähnt lautet die erste Teilfrage: Wie verhält sich das heutige Deutschlandbild dieser Zielgruppe im Hinblick auf Stereotype und den Grad der Sympathie zum Deutschlandbild der 1990er und 2000er Jahren? Als erstes wird versucht eine klare Antwort auf diese Frage zu formulieren.

In den 1990er Jahren war die Haltung der Niederländer gegenüber Deutschland und den Deutschen sehr negativ (siehe theoretischen Rahmen). 1993 wurden die Deutschen beispielsweise häufig mit dem zweiten Weltkrieg assoziiert. Außerdem wurden sie mit Eigenschaften als „Arroganz“ und „Dominanz“ verbunden. Trotz verschiedener Entwicklungen im Bereich des Unterrichts und der Medien, hat sich an das Deutschlandbild der Niederländer kaum etwas geändert. 1997 wurden die Deutschen nicht nur als „arrogant“ und „dominant“, sondern auch als „unsympathisch“ und „kriegslustig“ bezeichnet.

In den 2000er Jahren hat sich das Deutschlandbild der Niederländer verbessert. Im Jahr 2003 stellte sich beispielsweise heraus, dass fast 40 Prozent der befragten niederländischen Schüler, Deutschland als positiv bezeichnete. Dieser positive Trend gegenüber Deutschland hat sich 2004 fortgesetzt. In ungefähr 50 Prozent der Fälle beurteilten die befragten Niederländer, die an dieser Studie teilgenommen hatten, die Deutschen als „sympathisch.“ Außerdem wurden die Eigenschaften „weltoffen“ und „gastfreundlich“ mit dem Deutschen verbunden. Die Eigenschaft Freundlichkeit wurde außerdem in einer Studie aus dem Jahr 2005 genannt. Darüber hinaus wurden die Deutschen in der Studie von 2005 mit einer Durchschnittsnote von 6,3 (gemäß den niederländischen Schulnoten von 1-10) beurteilt. Die niederländischen Jugendlichen, die an dieser Studie teilnahmen, beurteilten die Deutschen aber mit einer Durchschnittsnote von nur 5,9. 2006 hat die Positivität über Deutschland, einen Höhepunkt erreicht. 80 Prozent der Befragten, bezeichneten die Deutschen als entweder ziemlich sympathisch oder sehr sympathisch (siehe theoretischen Rahmen).

2006 ist das letzte Mal, dass es eine ausführliche Studie zum Deutschlandbild der Niederländer gab. Inzwischen hat sich die Zusammenarbeit zwischen den beiden Ländern verbessert. Deutschland und die Niederlande sind heutzutage sehr eng miteinander verbunden. Nicht nur in gesellschaftlichem Bereich, sondern auch in den Bereichen Kultur, Tourismus und im Bereich des interkulturellen Austauschs. Zudem ist es immer häufiger den Fall, dass niederländische Betriebe in Deutschland aktiv sind und umgekehrt (vgl. Thesing, 2013). Aus diesem Grund wurde im Rahmen dieser Studie erwartet, dass es heutzutage ein positiveres Deutschlandbild als in den 1990er und 2000er Jahren geben würde.

Im Vergleich zum Deutschlandbild der 1990er Jahren, hat sich das heutige Deutschlandbild stark geändert. Erstens werden die Deutschen von den jungen Niederländern, weniger mit den Stereotypen, „kriegslustig“, „Arroganz“ und „Unfreundlichkeit“ assoziiert. Aus den Ergebnissen dieser Studie lässt sich beispielsweise ableiten, dass 80 Prozent der Befragten, die Deutschen nicht als „kriegslustig“ bezeichnen. Auch in Bezug auf „Arroganz“ hat sich einen Wandel vollzogen. Während die Niederländer in den 1990er Jahren die Deutschen häufig mit dieser Eigenschaft verbunden haben, ist das heutzutage kaum den Fall. Die Mehrheit der Befragten, verbinden die Deutschen also nicht mit „Arroganz.“ Jedoch ist es merkwürdig, dass die Befragten bei der sechsten Frage das Wort „Arroganz“ oft genannt haben, während sie dieses Wort bei der achten Frage kaum mit Deutschland verbindet haben. Das Stereotyp der Unfreundlichkeit, das in den 1990er Jahren bei der Charakterisierung Deutschlands häufig auftauchte, ist heutzutage fast verschwunden. Eine klare Mehrheit der jungen Niederländer finden die Deutschen „freundlich“ und „gesellig.“ Wenn wir das heutige Deutschlandbild bezüglich des Sympathiegrads, mit dem Deutschlandbild der 1990er Jahren vergleichen, können wir daraus schließen, dass es sich verbessert hat. In den 1990er Jahren wurden die Deutschen häufig als „unsympathisch“ dargestellt. Außerdem wurde Deutschland in den Jahren 1993 (56 Prozent) und 1997 (38 Prozent) von Niederländern als negativ bezeichnet. Aus dieser Umfrage stellte sich heraus, dass die Deutschen heutzutage als „sympathisch“ angesehen werden. Die jungen Niederländer, beurteilen die Deutschen auf einer Skala von 1-100 mit einer Durchschnittsnote von 67,38. Zudem betrachteten nur 3,27% der Befragten, Deutschland als negativ. Basierend auf den Ergebnissen dieser Studie lässt sich also sagen, dass das heutige Deutschlandbild sich sowohl im Hinblick auf Stereotype als im Hinblick auf den Grad der Sympathie, verbessert hat.

Im Vergleich zum Deutschlandbild der 2000er Jahren, hat sich Verschiedenes geändert. Zuerst könnte auf Basis der Ergebnisse der Umfrage geschlussfolgert werden, dass sich der

positive Trend der 2000er Jahren, fortgesetzt hat. Wie mehrmals erwähnt, wurden die Deutschen im Jahr 2005 mit einer Durchschnittsnote von 6,3 beurteilt. Niederländische Jugendliche beurteilten die Deutschen am schlechtesten mit einer Note von nur 5,9. Da im Rahmen dieser Studie, Niederländer im Alter von 15-29 Jahren befragt wurden, kann die Durchschnittsnote dieser Studie leicht mit der aus dem Jahr 2005 verglichen werden. Die Durchschnittsnote der vorliegenden Studie ist 67,38. Das entspricht einer Durchschnittsnote von 6,7. Das bedeutet, dass die Niederländer, die Deutschen heutzutage sympathischer finden als vor 16 Jahren. Jedoch hat die Positivität keinen erneuten Höhepunkt erreicht. 2006 wurden die Deutschen von 80 Prozent der Befragten als sympathisch bezeichnet. Das ist in dieser Studie nur noch 69,93 Prozent (siehe Anhang). Wenn wir das Deutschlandbild der 2000er Jahren mit dem heutige Deutschlandbild hinsichtlich Stereotype vergleichen, fällt es auf, dass „Gastfreundlichkeit“ und „Freundlichkeit“ von Niederländern sehr häufig genannt werden. Trotzdem werden bei der Charakterisierung der Deutschen immer noch Stereotype verwendet. In den Studien der 2000er Jahren wird beispielsweise nachdrücklich vermerkt, dass Deutsche mit dem zweiten Weltkrieg assoziiert werden. In dieser Studie werden beispielsweise die Begriffe „Stolz,“ „ordentlich,“ „Effizienz“ und „aggressiv“ mit den Deutschen verbunden.

#### 5.1.2 Teilfrage 2

Im Folgenden wird die zweite Teilfrage beantwortet, sodass es am Ende eine Antwort auf die Hauptfrage geben kann. Die zweite Teilfrage lautet: Was für einen Einfluss hat das Ausmaß des Kontakts mit Deutschland auf die Art der Stereotype?

Diese Teilfrage hat einen Mehrwert für diese Studie. Es könnte beispielsweise so sein, dass die Befragten, die Deutschland nur ein- oder zweimal besucht haben, die Deutschen mit dem zweiten Weltkrieg und typisch deutsche Sachen, wie Bratwurst und das Oktoberfest assoziieren. Wenn sich aus den Ergebnissen dieser Teilfrage ableiten lässt, dass die Niederländer, die mehrmals einen Aufenthalt in Deutschland gemacht haben, andere Stereotype für wichtig halten, könnte ein positiveres Deutschlandbild entstehen. Dadurch, dass sie häufig mit Deutschland in Kontakt gekommen sind, lernen sie mehr über die deutschen Normen, Werten, Traditionen und die Art und Weise, wie die Deutschen sich verhalten. Das könnte zur Änderung des Deutschlandbildes führen, da die Niederländer erfahren, dass die Deutschen anders sind als sie zuvor vermutet hatten. Da die Zusammenarbeit zwischen den beiden Ländern sich die letzten Jahren ständig verbessert hat, ist es wichtig ein gutes Bild der Handelspartner zu haben. Auch im Unterricht können die Antworten auf diese Frage, einen Mehrwert haben. Wenn direkter Kontakt tatsächlich zur

Änderung des Deutschlandbildes führt, können die Schulen dafür sorgen, dass mehrere Ausflüge nach Deutschland gemacht werden. Das Deutschlandbild der niederländischen Schüler könnte auf diese Weise erweitert und verbessert werden.

Basierend auf den Ergebnissen dieser Studie lässt sich sagen, dass Kontakt mit Deutschland kaum Einfluss auf Stereotype hat. Obwohl die Mehrheit der Befragten angegeben hat, häufig einen Aufenthalt in Deutschland gemacht zu haben, tauchen in der Charakterisierung der Deutschen noch immer Stereotype auf. Das könnte damit zu tun haben, dass Kontakt nicht nur auf „Aufenthalt“ beschränkt ist. Die Schule und die Familie könnten beispielsweise auch einen Einfluss auf das Gebrauch von Stereotypen haben. Trotzdem haben mehr als 80 Prozent der Befragten beleuchtet, dass das Bild, das sie von Deutschen haben, aus der eigenen Erfahrung basiert ist.

Die Frage sollte also detaillierter in Betracht genommen werden müssen, um dafür zu sorgen, dass die Beziehung zwischen Kontakt und Stereotypen dargestellt werden kann. Aus diesem Grund wurde entschieden die Antworten der Befragten, die nur ein- oder zweimal einen Aufenthalt in Deutschland gemacht haben, erneut unter die Lupe zu nehmen. Die Antworten, die sie auf die Fragen bezüglich Stereotype gegeben haben, werden analysiert. Auf diese Weise kann überprüft werden, ob weniger Kontakt mit den Deutschen dafür sorgt, dass bei der Charakterisierung der Deutschen andere Stereotype verwendet werden.

Aus den Abbildungen 11.1 und 11.2 (siehe Anhang) lässt sich ableiten, dass es kaum Unterschiede zwischen der Art der Stereotypen und dem Ausmaß des Kontakts mit Deutschland gibt. Sowohl die Befragten, die Deutschland nur ein- oder zweimal besucht haben, als diejenige, die mehrmals einen Aufenthalt in Deutschland gemacht haben, bringen die Deutschen hauptsächlich mit ihren Charaktereigenschaften in Verbindung. Weiterhin ist es auffallend, dass die beiden Gruppen, mit Ausnahme einer Person, die Deutschen nicht mit dem zweiten Weltkrieg und dem dazugehörigen Nazismus assoziieren. Wenn es mehr direkten Kontakt mit Deutschland gibt, bedeutet das nicht, dass bei der Charakterisierung der Deutschen, andere Stereotype verwendet werden. Mehr direkter Kontakt mit Deutschland bedeutet also nicht, dass eine Änderung des Deutschlandbildes entsteht.

## 5.2 Validität und Reliabilität

### 5.2.1 Validität

In dieser Arbeit wird versucht eine möglichst hohe Güte der Datenerhebung zu erreichen (vgl. Albers et al. 2007). Dabei wird einen Unterschied zwischen interner und externer Validität gemacht. Mit externer Validität wird gemeint, dass die erhobenen Daten auf andere Situationen und Personen verallgemeinert werden können (vgl. Ebda). Das ist in dieser Arbeit nicht der Fall. Es könnte keine Schlüsse über die Gesamtheit der niederländischen Bevölkerung, gezogen werden. Jedoch könnte die Umfrage von jeder Person mit Zugang zum Internet, im Alter von 15-29 Jahren ausgefüllt werden. Der Link der Umfrage ist nämlich via WhatsApp und E-Mail verbreitet. Danach haben verschiedene Personen, den Link weiterverbreitet.

Interne Validität bezieht sich dagegen auf die Effekte der unabhängigen Variable (Grad der Sympathie, Stereotype und Kontakt) auf die abhängige Variable (das Deutschlandbild von niederländischen Jugendlichen). Eine Studie ist intern valide, wenn die unabhängigen und abhängigen Variable nicht durch systematische Fehler verfälscht werden. (vgl. Ebda). Das heißt, dass eine Studie als intern valide betrachtet wird, wenn die Ergebnisse zuverlässig sind und wenn genau das erforscht wird was erforscht werden sollte. Diese Studie ist intern valide, da die Befragten nicht von der Fragestellung beeinflusst worden sind. Es ist, im Rahmen dieser Studie, darauf geachtet worden, dass die Befragten so wenig wie möglich von Störeffekten beeinflusst wurden. Die Befragten könnten die Umfrage anonym und selbständig ausfüllen. Dadurch wurden sie wahrscheinlich nicht von einem Interviewer beziehungsweise einer Interviewerin oder sonstige Personen beeinflusst. Auch bei der Beschreibung des Vorgehens der Umfrage und die Fragestellung wurde die interne Validität berücksichtigt. Sie sind neutral und objektiv dargestellt, sodass die Befragten nicht mit ihrem Gedanken in einer bestimmten Richtung gelenkt wurden. Aus diesen Gründen ist diese Studie valide.

### 5.2.2 Reliabilität

Beim Begriff „Reliabilität“ geht es darum, dass die Messergebnisse bei einer erneuten Messung reproduzierbar sein sollten (vgl. Ebda). Auf diesen Aspekt ist im Rahmen dieser Studie, geachtet worden. Die Fragen, die in der Umfrage verwendet werden, sind aus den Clingendaelstudien übernommen worden und können für eine zukünftige Studie nochmals verwendet werden. Die Umfrage fängt zudem mit einer Beschreibung des Prozesses an. Auf diese Weise wissen die Befragten, wie sie die Umfrage ausfüllen sollen. Darüber hinaus ist die Umfrage anonym und aus diesem Grund kann davon ausgegangen werden, dass die

Befragten ehrlich geantwortet haben. Diese Studie ist also einfach reproduzierbar und deswegen reliabel.

## Fazit

Die vorliegende Arbeit handelt von Deutschlandbild der niederländischen Jugendlichen. Dabei stand die folgende Forschungsfrage zentral: Wie lässt sich das Deutschlandbild im Jahr 2021 von niederländischen Jugendlichen im Alter von 15-29 Jahren, im Hinblick auf Stereotype und den Grad der Sympathie, beschreiben?

Aus der Umfrage, die im Rahmen dieser Studie durchgeführt worden ist, lässt sich Verschiedenes ableiten. Die Deutschen wurden durch die niederländischen Jugendlichen häufig als freundlich, fleißig und gesellig bezeichnet. Zudem assoziieren die Niederländer, die Deutschen weder mit dem zweiten Weltkrieg noch der Welt dominanz. Es fällt aber auf, dass die jungen Niederländer sich über bestimmte Eigenschaften nicht einig sind. In der Umfrage sollten sie sich nämlich zweimal überlegen, welche Eigenschaften sie den Deutschen zuweisen. Bei der sechsten Frage sollten sie drei Assoziationen nennen, mit denen sie die Deutschen in Verbindung bringen. In 10,6 Prozent der Fälle wurden die Deutschen als nicht gastfreundlich und nicht arrogant bezeichnet. Als sie sich aber über die Aussage, die Deutschen sind arrogant, äußern sollten, wurde die Aussage in 30 Prozent der Fälle bejaht.

Die Deutschen wurden von den Niederländern als ziemlich sympathisch angesehen. Sie werden mit einer Durchschnittsnote von 6,7 beurteilt. Außerdem haben die Befragten dieser Studie angegeben, dass sie sich positiv gegenüber Deutschland und den Deutschen äußern.

Dieses heutige Deutschlandbild wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst. Obwohl die Mehrheit der Befragten, direkten Kontakt mit Deutschland als wichtigsten Faktor für die Gestaltung des Deutschlandbildes nennt, hat es kaum Einfluss auf die Art der verwendeten Stereotype. Weiterhin stellte sich aus der Umfrage heraus, dass die Familie, die Medien und die Schule auch einen Einfluss auf das Deutschlandbild der Niederländer, im Alter von 15-29 Jahren, haben.

## Ausblick

Die Ergebnisse dieser Studie sind für die Zukunft der niederländischen-deutschen Beziehungen ziemlich relevant. Aus der Umfrage stellte sich heraus, dass die jungen Niederländer positiv gegenüber Deutschland eingestellt sind. Diese Positivität könnte dazu führen, dass die Zusammenarbeit zwischen den beiden Ländern in den nächsten Jahren

verbessert wird. Auch für den Unterricht sind die Ergebnisse relevant. Da die jungen Niederländer ein positives Deutschlandbild haben, haben sie ein besseres Verständnis über das Verhalten der Deutschen. Das könnte die mögliche zukünftige Zusammenarbeit zwischen Deutschen und Niederländern vereinfachen. Außerdem könnte diese Positivität zum größeren Interesse im Schulfach Deutsch beitragen.

In dieser Studie ist die Respondentengruppe nur auf niederländische Jugendliche beschränkt. Weiterführende Studie könnten sich mit einer größeren Respondentengruppe auseinandersetzen. Auf diese Weise kann das Deutschlandbild der gesamten niederländischen Bevölkerung dargestellt werden. Darüber hinaus wäre es nützlich, nicht nur den Einfluss des direkten Kontakts, sondern auch den Einfluss von anderen Faktoren, wie Unterricht, Familie und die Medien, auf das Deutschlandbild der Niederländer zu erforschen. So kann festgestellt werden, welcher Faktor das Deutschlandbild am meisten beeinflusst. Hierdurch können Maßnahmen getroffen werden, um dafür zu sorgen, dass der Faktor, der die Niederländer am meisten beeinflusst, entweder stimuliert oder eingedämmt wird. Das ist davon abhängig, ob der Faktor positive oder negative Auswirkungen auf das Deutschlandbild der Niederländer hat. Außerdem hat es für zukünftige Studien bezüglich dieses Themas, einen Mehrwert, wenn die Befragten ihre Assoziationen mit Deutschland bewerten sollen. Das heißt, dass sie angeben sollen, ob sie die Assoziationen, die sie mit Deutschland verbinden, als positive, negative oder neutrale Eigenschaften erfahren. Auf diese Weise kann überprüft werden inwieweit das heutige Deutschlandbild sich im Vergleich zum Deutschlandbild der 1990er und 2000er Jahren, verbessert oder verschlechtert hat. Schließlich wäre es interessant das Niederlandebild der Deutschen unter die Lupe zu nehmen, sodass neben den Niederländer auch die Deutschen ein besseres Bild des Nachbars bekommen.

## Literatuurverzeichnis

- Albers, Sönke, Daniel Klapper, Udo Konradt, Achim Walter und Joachim Wolf. 2007. *Methodik der empirischen Forschung*. 2. Auflage. Wiesbaden: der Gabler Verlag.  
[https://books.google.nl/books?id=xUt5263KmssC&printsec=frontcover&hl=nl&source=gbs\\_ViewAPI&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.nl/books?id=xUt5263KmssC&printsec=frontcover&hl=nl&source=gbs_ViewAPI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Albert, Ruth und Nicole Marx. 2016. *Die Befragung*. In: *Ibid. Empirisches Arbeiten in Linguistik und Sprachlehrforschung*. Tübingen: Gunter Narr Verlag. S. 59-80.  
[file:///C:/Users/Beheerder/Downloads/Kapitel\\_5\\_Die\\_Befragung0001%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Beheerder/Downloads/Kapitel_5_Die_Befragung0001%20(5).pdf)
- Bendieck, Britta und Martha Stehr. 2003. „Alles Wurst? Alles Käse? Het Duitslandbeeld onder leerlingen van twee scholen in Amsterdam.“ *Levende Talen Tijdschrift*. Jahrgang 4. Nummer 2. <https://lt-tijdschriften.nl/ojs/index.php/ltt/article/view/596/587>
- CBS. 2017. „Lager opgeleiden minder gezond en tevreden.“ CBS. Zuletzt geändert am 14.12.2017. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/50/lager-opgeleiden-minder-gezond-en-tevreden> (29.05.2021)
- Dekker, Henk, Rob Aspelagh und Bastiaan Winkel. 1997. *Burenverdriet. Attituden ten aanzien van de lidstaten van de Europese Unie*. Den Haag: Clingendael.  
[https://www.researchgate.net/publication/28650299\\_Burenverdriet\\_Attituden\\_ten\\_aanzien\\_van\\_de\\_lidstaten\\_van\\_de\\_Europese\\_Unie](https://www.researchgate.net/publication/28650299_Burenverdriet_Attituden_ten_aanzien_van_de_lidstaten_van_de_Europese_Unie)
- Du Bois-Reymond, Manuela. 1997. „Beelden van Nederlandse kinderen over Duitsland en Duitsers.“ *Amsterdam Sociologisch Tijdschrift*. Jahrgang 24. Nummer 1.  
<https://ugp.rug.nl/ast/article/view/23814>
- Du Bois-Reymond, Manuela. 2010. *European Identity in the Young and Dutch Students' Images of Germany and the Germans*. Comparative Education. S. 27-40.  
[https://www-jstor-org.ru.idm.oclc.org/stable/pdf/3099584.pdf?ab\\_segments=0%2Fbasic\\_search\\_gsv2%2Fcontrol&refreqid=fastly-default%3A3a631d111b71e8ff0f8ddbca8f680fe9](https://www-jstor-org.ru.idm.oclc.org/stable/pdf/3099584.pdf?ab_segments=0%2Fbasic_search_gsv2%2Fcontrol&refreqid=fastly-default%3A3a631d111b71e8ff0f8ddbca8f680fe9)

- Duitsland Instituut Amsterdam. 2005. *Duitsers zijn tegenwoordig prima of gewoon*.  
<https://duitslandinstituut.nl/artikel/1799/duitsers-zijn-tegenwoordig-prima-of-gewoon>
- Duitsland Instituut Amsterdam. 2011. *Rapport Belevingsonderzoek Duits 2010*.  
[https://duitslandinstituut.nl/assets/upload/Onderwijs/Belevingsonderzoek/Rapport\\_Bellevingsonderzoek\\_2010\\_3.pdf](https://duitslandinstituut.nl/assets/upload/Onderwijs/Belevingsonderzoek/Rapport_Bellevingsonderzoek_2010_3.pdf)
- Duitsland Instituut Amsterdam. 2013. *Twintig jaar onderzoeken naar het Duitslandbeeld*. Duitslandweb. Duitsland Instituut Amsterdam.  
<https://duitslandinstituut.nl/artikel/2981/twintig-jaar-onderzoeken-naar-het-duitslandbeeld>
- Friesenhahn, Günter. 2000. „Stereotypen und Vorurteile.“ In: Interkulturelles Lernen auf dem Portal der Fachstelle für internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland.  
<https://www.dija.de/fileadmin/medien/downloads/Dokumente/Guenter2IKL.pdf>
- Jansen, Lútsen B. 1993. *Bekend en onbemind. Het beeld van Duitsland en Duitsers onder jongeren van vijftien tot negentien jaar*. Den Haag: Clingendael.  
[https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/19930300\\_paper\\_bekend\\_en\\_onbemand.pdf](https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/19930300_paper_bekend_en_onbemand.pdf)
- Lademacher, Horst. 2004. „Reizende Nachbarn. Die Beziehungen zwischen Niederländern und Deutschen.“ Westfälische Wilhelms Universität Münster. Zuletzt geändert am Januar 2004. [https://www.uni-muenster.de/NiederlandeNet/nl-wissen/geschichte/beziehungen\\_nach45/nachbarn.html](https://www.uni-muenster.de/NiederlandeNet/nl-wissen/geschichte/beziehungen_nach45/nachbarn.html) (22.05.2021)
- Scheitza, Alexander und Rainer Leenen. 2018. *Seminarreihe interkulturell sensible Berufsorientierung. Kulturelle Identität, Stereotypen und Vorurteile*. Köln: KIIK Kölner Institut für interkulturelle Kompetenz.  
[https://www.berufsorientierungsprogramm.de/angebote-fuer-zugewanderte/files/Lehrbrief%206%20%20Kulturelle%20Identit%C3%A4t%20Stereotype%20und%20Vorurteile\\_BARRIEREFREI.pdf](https://www.berufsorientierungsprogramm.de/angebote-fuer-zugewanderte/files/Lehrbrief%206%20%20Kulturelle%20Identit%C3%A4t%20Stereotype%20und%20Vorurteile_BARRIEREFREI.pdf)

- Thesing, Christopher. 2013. „Erfolgsfaktoren und Hemmnisse grenzüberschreitender kommunaler Zusammenarbeit.“ *Jahrbuch: Zentrum für Niederlande-Studien*. 23 (2012): 79-93. <https://d-nb.info/1167307615/34>
- TNS Emnid. 2004. *Image von Deutschland – Fußballweltmeisterschaft 2006: Ergebnisse einer Repräsentativbefragung in den Ländern Brasilien, Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Italien, Mexiko, Niederlande, Polen, Russland, Südafrika und USA*. Bielefeld: TNS Emnid. <https://silo.tips/download/image-von-deutschland-fuballweltmeisterschaft>
- Westerik, Henk, Lisette Douma und Ruben Konig. 2007. „Tv-kijken, stereotypering, attitudevorming en discriminatie van Duitsers.“ *Tijdschrift voor communicatiewetenschap*. 35,1 (2007): 37-58. <https://repository.ubn.ru.nl/bitstream/handle/2066/55969/55969.pdf>

# Anlagen

## Umfrage der Bachelorarbeit

Q0 Hallo deelnemer,

Ik ben Martijn Verhoeven en voor mijn bachelor scriptie Duitse taal en cultuur, doe ik onderzoek naar het Duitslandbeeld van Nederlanders. Het zou mij daarom enorm helpen als je deze vragenlijst zou willen invullen. Het duurt ongeveer 5-10 minuten.

Een paar opmerkingen vooraf:

- Vul deze vragenlijst alleen en eerlijk in
- Geef bij open vragen kort en bondig antwoord
- De vragenlijst is volledig anoniem
- Gelieve de vragenlijst in één keer te maken, anders worden je gegevens niet opgeslagen
- De gegeven antwoorden worden maximaal 4 maanden opgeslagen

Alvast heel erg bedankt voor het invullen!

Voor problemen, op- of aanmerkingen of andere vragen met betrekking tot de vragenlijst ben ik als volgt te bereiken:

Q1 Wat is je geslacht?

- Man (1)
- Vrouw (2)
- Iets anders (3)

Q2 Wat is je leeftijd?

---

Q3 Wat is/was het niveau van je huidige/laatste opleiding

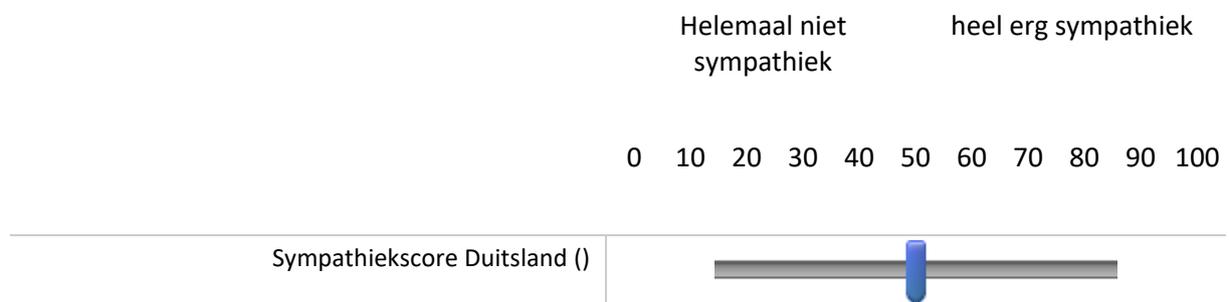
- VMBO (1)
- HAVO (2)
- VWO (3)
- MBO (4)
- HBO (5)
- Universiteit (6)
- iets anders (7)

Q4 Hoe vaak ben je in Duitsland geweest?

- Nog nooit (1)
- 1-2 keer (2)
- 3-4 keer (3)
- 5 of meer keer (4)

Q5 Op een schaal van 0-100, hoe sympathiek vind jij Duitsers?

Een score van 100 betekent heel erg sympathiek. Een score van 0 betekent helemaal niet sympathiek.



Q6 Als je Duitsers in 3 woorden zou moeten omschrijven, welke woorden zouden dat dan zijn?

---

Q7 Hoe ben je tot het antwoord op de vorige vraag gekomen?

- Uit eigen ervaring weet ik, dat Duitsers deze eigenschappen bezitten (1)
- Ik heb gehoord, dat Duitsers deze eigenschappen bezitten, maar het zelf niet ervaren (2)
- Ik heb op school geleerd, dat Duitsers deze eigenschappen bezitten (3)
- Ik heb geen idee waarom ik deze eigenschappen heb gekozen (4)

Q8 Hebben onderstaande eigenschappen volgens jou betrekking op Duitsers?

	Ja (1)	Weet ik niet (2)	Nee (3)
Duitsers houden van gezag (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duitsers zijn overheersend (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duitsers zijn vrolijk (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duitsers zijn hardwerkend (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duitsers zijn vriendelijk (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duitsers zijn arrogant (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duitsers willen de wereld overheersen (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duitsers zijn vredelievend (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duitsers zijn gezellig (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Duitsers zijn oorlogszuchtig (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q9 Door wie of wat heb je kennisgemaakt met Duitsland?  
Meerdere antwoorden zijn mogelijk

Door mijn ouders (1)

Door mijn opa/oma (2)

Door andere familieleden (3)

Door het vak geschiedenis op school (4)

Door het vak Duits op school (5)

Door het vak aardrijkskunde op school (6)

Door vakantie (7)

Door de media: boeken, kranten etc. (8)

Door TV (9)

Door contact met Duitsers (10)

## Q10 Hoe beoordeel je Duitsland in het algemeen?

#	Field	Choice Count
2	Vrouw	60.62% 97
1	Man	39.38% 63
3	lets anders	0.00% 0
		160

Showing rows 1 - 4 of 4

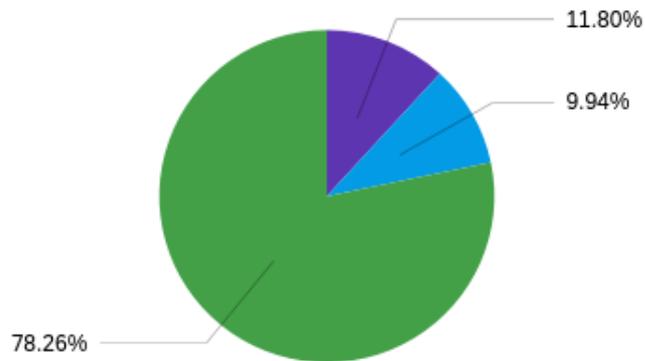
- Erg positief (1)
- Positief (2)
- Neutraal (3)
- Negatief (4)
- Erg negatief (5)

### Die Ergebnisse der Umfrage

Abbildung 1: Das Verhältnis Mann-Frau (Frage 1):

Abbildung 2: Das Alter der Befragten (Frage 2):

Alter	Anzahl	Prozentzahl
14	1	0,62%
15	8	4,97%
16	37	23%
17	16	9,94%
18	9	5,59%
19	6	3,73%
20	12	7,45%
21	19	11,80%
22	8	4,97%
23	14	8,70%
24	9	5,59%
25	6	3,73%
26	5	3,11%



■ Nog nooit   
 ■ 1-2 keer   
 ■ 3-4 keer   
 ■ 5 of meer keer

27	3	1,86%
28	6	3,73%
28	2	1,24%
Insgesamt	161	100%

Abbildung 3: Ausbildungsniveau der Befragten (Frage 3):

Abbildung 4: Direkter Kontakt mit Deutschland (Frage 4):

#	Field	Choice Count
1	VMBO	3.11% 5
2	HAVO	18.63% 30
3	VWO	22.36% 36
4	MBO	3.73% 6
5	HBO	18.63% 30
6	Universiteit	32.92% 53
7	lets anders	0.62% 1
		161

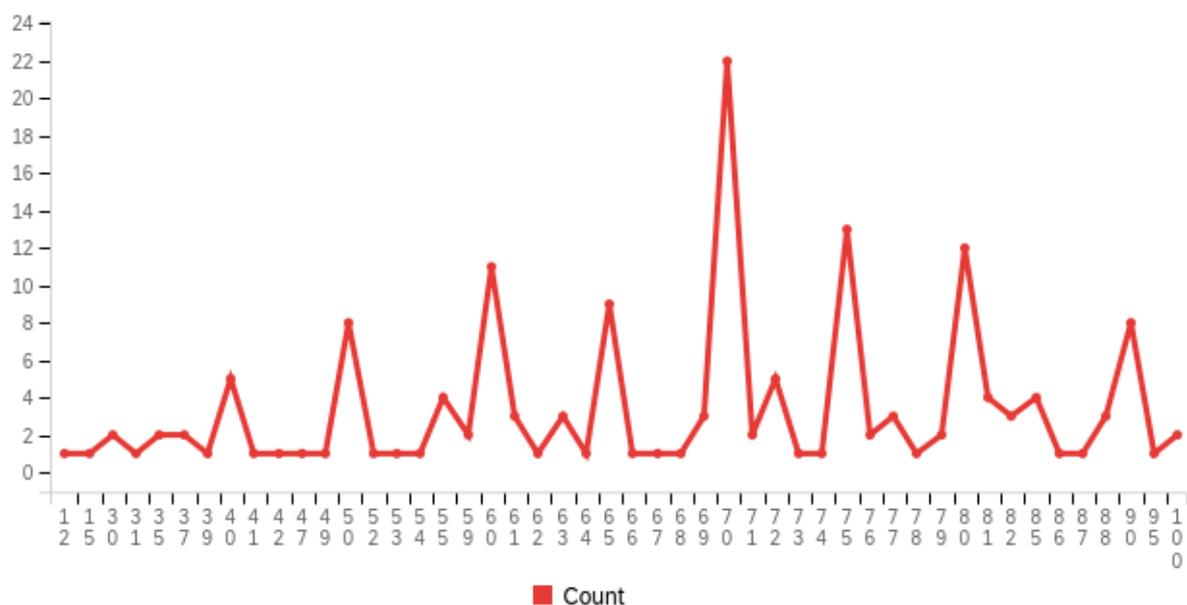
Showing rows 1 - 8 of 8

Abbildung 5: Wie sympathisch sind die Deutschen? (Frage 5):

Abbildung 6: Assoziationen mit Deutschland (Frage 6):

Kategorie	Niederländische Beispiele	Anzahl	Prozentzahl
Freundlichkeit	Vriendelijk, aardig, blij, enthousiast, lief, leuk, mooi, gemoedelijk, aangenaam, vreugdevol, cool, ingenomen	53	12,2%
Ungastlich	Stug, star, eigenwijs, kort, kortaf, chagrijnig, nukkig, nors, boos, brutaal, onbeschoft, bot, onbeleefd, ongastvrij, arrogant, niet sociaal, humorloos, saai, serieus, slecht humeur	46	10,6%

#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Sympathiescore Duitsland	12.00	100.00	67.29	15.89	252.43	161



Gastfreundlichkeit	Gastvrij, sociaal, open, toegankelijk, eerlijk, loyaal, toegewijd, oprecht, warm, verwelkomend	29	6,7%
Zurückhaltend	Gesloten, afstandelijk, nuchter, gereserveerd, doelgericht, Terughoudend, conservatief, gedistantieerd, klassiek, oubollig, ouderwets. Bescheiden, minder modern	26	6,0%
Sympathisch	Sympathiek, hartelijk, gezellig, sfeervol, geïnteresseerd	22	5,1%
Direktheid	Direct, duidelijk, geduldig, relaxed	22	5,1%
Oktoberfest	Bier, feest, worst, bourgondisch eten, oktoberfest, schnitzel	19	4,4%
Höflichkeit	Beleefd, netjes, keurig, hoffelijk, formeel, beschaafd, betrouwbaar, gezagsgetrouw	19	4,4%
Struktur	Structureel, grondig, nauwkeurig, voorbereid, georganiseerd, secuur, strikt, hiërarchisch	17	3,9%
Deutschland	Duitsland, niet Nederlands, apart, anders, eentalig, trots, voetbal, slechte verliezers	16	3,7%
Sicherheit	Van de regeltjes, onzekerheidsvermijding, veilig, gedisciplineerd, bureaucratisch, juist, correct, goed, degelijk	14	3,2%
Fleißig	Hardwerkend, workaholic, daadkrachtig	13	3,0%
Hilfsbereit	Hulpvaardig, behulpzaam	13	3,0%
Pünktlichkeit	Punctueel, stipt, op tijd	12	2,8%
Professionalität	Efficiënt, effectief, professioneel, perfectionistisch, ambitieus, fanatiek,	9	2,1%

	energiek, pragmatisch, praktisch		
Laut	Luidruchtig, druk	9	2,1%
Fysische Eigenschappen	Dik, ongezond, lelijk, groot	9	2,1%
Humor	Grappig, humoristisch	8	1,8%
Progressiv	Vooruitstrevend, strevers, handelend, techno, doorzetters	8	1,8%
Autoritair	Autoritair, gezaghebbend, streng	8	1,8%
Ungeduldig	Ongeduldig, gehaast, snel	6	1,4%
Aggressiv	Aggressief, lomp	5	1,2%
Intelligent	Intelligent, slim, weten veel	5	1,2%
Gleichwertig	Hetzelfde als anderen, hetzelfde als Nederlanders	4	0,9%
Undeutlich	Onduidelijk, vaag, chaotisch, gestrest	4	0,9%
Auto	Auto, snel rijdend	4	0,9%
Sprache	Praters, rare taal, onverstaanbaar	4	0,9%
Selbstsüchtig	Egoïstisch, individueel	3	0,7%
Indirekt	Indirect, minder direct dan Nederlanders	2	0,5%
Auf den Vordergrund	Upfront, aanwezig	2	0,5%
Übrig	Snel aangebrand, niet efficiënt, geen stijl hebben, sloom, neutraal, specialist, goedkoop, alternatief, lijfelijk, hoedjes, officieel, gestroomlijnd, sandalen, nazisten, familiegericht, omhoog likkend, naar beneden trappend	19	4,4%
Keine Ahnung	Geen idee	3	0,7%

Abbildung 7: Wieso hat man die Deutschland mit den Assoziationen der sechste Frage assoziiert? (Frage 7):

Abbildung 8: Eigenschaften der Deutschen (Frage 8):

#	Field	Choice Count
1	Uit eigen ervaring weet ik, dat Duitsers deze eigenschappen bezitten	82.91% 131
2	Ik heb gehoord, dat Duitsers deze eigenschappen bezitten, maar het zelf niet ervaren	3.16% 5
3	Ik heb op school geleerd, dat Duitsers deze eigenschappen bezitten	3.16% 5
4	Ik heb geen idee waarom ik deze eigenschappen heb gekozen	10.76% 17

158

Showing rows 1 - 5 of 5

#	Field	Ja	Weet ik niet	Nee	Total
1	Duitsers houden van gezag	64.52% 100	30.32% 47	5.16% 8	155
2	Duitsers zijn overheersend	34.19% 53	32.26% 50	33.55% 52	155
3	Duitsers zijn vrolijk	59.35% 92	17.42% 27	23.23% 36	155
4	Duitsers zijn hardwerkend	81.41% 127	14.10% 22	4.49% 7	156
5	Duitsers zijn vriendelijk	79.35% 123	10.32% 16	10.32% 16	155
6	Duitsers zijn arrogant	28.57% 44	24.03% 37	47.40% 73	154
7	Duitsers willen de wereld overheersen	11.04% 17	21.43% 33	67.53% 104	154
8	Duitsers zijn vredelievend	60.00% 93	29.03% 45	10.97% 17	155
9	Duitsers zijn gezellig	77.42% 120	13.55% 21	9.03% 14	155
10	Duitsers zijn oorlogszuchtig	4.52% 7	15.48% 24	80.00% 124	155

Showing rows 1 - 10 of 10

Abbildung 9: Kontakt mit Deutschland (Frage 9):

#	Field	Choice Count
1	Door mijn ouders	14.84% 111
2	Door mijn opa/oma	6.95% 52
3	Door andere familieleden	5.08% 38
4	Door het vak geschiedenis op school	10.43% 78
5	Door het vak Duits op school	14.44% 108
6	Door het vak aardrijkskunde op school	3.48% 26
7	Door vakantie	15.24% 114
8	Door de media: boeken, kranten etc.	9.22% 69
9	Door TV	8.96% 67
10	Door contact met Duitsers	11.36% 85
		748

Showing rows 1 - 11 of 11

Abbildung 10: Beurteilung Deutschland (Frage 10):

#	Field	Choice Count
1	Erg positief	16.34% 25
2	Positief	53.59% 82
3	Neutraal	26.80% 41
4	Negatief	3.27% 5
5	Erg negatief	0.00% 0
		153

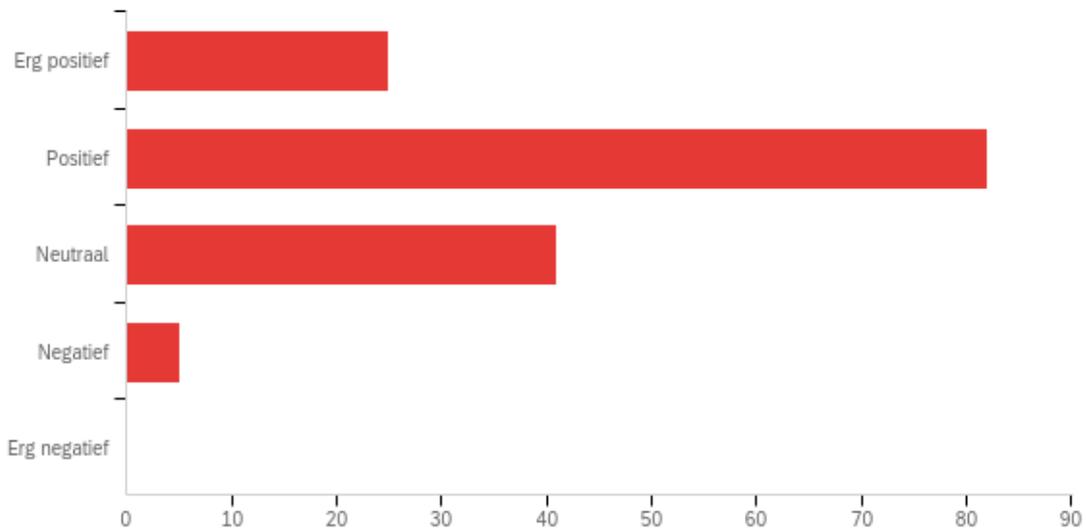


Abbildung 11: Kodierschema

- 01 Der ersten oder zweiten Weltkrieg
- 02 Nazismus
- 03 Deutschland als Nachbar, anders/gleich als Niederländer
- 04 Typisch Deutsch, wie Oktoberfest, Lederhosen, Bier usw.
- 05 Deutsches Essen
- 06 Deutschen und Sport
- 07 Deutsche Sprache
- 08 Charaktereigenschaften des Deutschen
- 09 Physische Eigenschaften des Deutschen
- 10 Deutsche Kleidung
- 11 Übrig
- 12 Weiß ich nicht

Abbildung 11.1: Befragten, die nur ein- oder zweimal in Deutschland gewesen sind

Äußerung bezieht sich auf:	Anzahl	Prozentzahl
Der ersten oder zweiten Weltkrieg	0	0%
Nazismus	1	2,17%
Deutschland als Nachbar	2	4,35%
Typisch Deutsch	3	6,52%
Deutsches Essen	0	0%
Deutschen und Sport	1	2,17%
Deutsche Sprache	2	4,35%
Charaktereigenschaften des Deutschen	33	71,74%
Physische Eigenschaften	1	2,17%
Deutsche Kleidung	0	0%
Übrig	1	2,17%
Weiß ich nicht	2	4,35%
Insgesamt	46	100%

Abbildung 11.2: Befragten, die mehrmals in Deutschland gewesen sind

Äußerung bezieht sich auf:	Anzahl	Prozentzahl
Der ersten oder zweiten Weltkrieg	0	0%
Nazismus	0	0%
Deutschland als Nachbar	12	3,08%
Typisch Deutsch	17	4,73%
Deutsches Essen	6	1,54%

Deutschen und Sport	1	0,26%
Deutsche Sprache	13	3,34%
Charaktereigenschaften des Deutschen	301	77,38%
Physische Eigenschaften	11	2,83%
Deutsche Kleidung	5	1,29%
Übrig	20	5,14%
Weiß ich nicht	3	0,77%
Insgesamt	389	100%