

---

# **„man spricht deutsch“**

## **Zum Einsatz des Spielfilms als Medium interkultureller Sensibilisierung im Rahmen des Fachsprachenunterrichts ‚Deutsch im Tourismus‘**

---

*Boris Blahak und Clemens Piber*

The article illustrates by means of a specific example how feature films can be used as a medium of making people aware of cultural differences in courses of German as a technical language focussing on tourism. The following ideas are based on the dilemma of tourism employees who are permanently confronted with the challenge of meeting (as to language and culture) foreign guests' expectations on the one hand, and of presenting an authentic view of the own culture on the other hand. Following the "Four cultures' model" by Marion Thiem, a teaching unit will be presented, where the feature film (*man spricht deutsch*) is analysed regarding 'culture of the region of origin', 'holiday culture', 'service culture' and 'culture of the region of destination' as experienced by tourists staying abroad. By a more detailed analysis of two film sequences the clash of the different forms of culture mentioned above, will be demonstrated. Last not least transfer exercises will be suggested that might help students to use their knowledge about intercultural differences in their future professional practice.

German as a technical language – tourism – feature film – (awareness of) intercultural differences – culture of the region of origin – holiday culture – service culture – culture of the region of destination

Der Beitrag erläutert an einem konkreten Beispiel, wie Spielfilme im Tourismus-bezogenen Fachsprachenunterricht Deutsch als Medium interkultureller Sensibilisierung eingesetzt werden können. Ausgangspunkt der Ausführungen ist das Dilemma, als im Fremdenverkehr Beschäftigter ständig mit einer Gratwanderung zwischen (sprachlicher und kultureller) Anpassung an die Erwartungen ausländischer Gäste und Vermittlung eines authentischen Bildes von der eigenen Kultur konfrontiert zu sein. Auf Basis des „Vier-Kulturen-Modells“ von Marion Thiem erfolgt dann der Entwurf eines Unterrichts, in dessen Verlauf im zugrunde gelegten Film (*man spricht deutsch*) nach Motiven der ‚Kultur der Quell-Region‘, der ‚Ferien-Kultur‘, der ‚Dienstleistungs-Kultur‘ und der ‚Kultur der Ziel-Region‘ im Rahmen touristischer Aufenthalte im Ausland gefahndet wird. An zwei eingehender analysierten Film-Sequenzen wird das Aufeinanderprallen der oft nur schwer vereinbaren Ansprüche der genannten Kultur-Formen demonstriert. Abschließend werden Transfer-Aufgaben beschrieben, die helfen, die gewonnenen interkulturellen Einsichten in die spätere Berufspraxis der Lerner zu übertragen.

Deutsch als Fremdsprache – Tourismus – Spielfilm – Interkulturelle Sensibilisierung – Kultur der Quell-Region – Ferien-Kultur – Dienstleistungskultur – Kultur der Ziel-Region

## 1. Tourismus-Regionen zwischen klischeebeladenem Erlebnisort und authentischem Gast-Kulturraum

In der Tourismus-Branche beschäftigte Arbeitnehmer sind als Dienstleister permanent der Anforderung zur Anpassung an ihr ausländisches Gast-Klientel ausgesetzt. Dies gilt hinsichtlich der (fremd)sprachlichen Kommunikation wie auch bezüglich der Erwartungen, die der Reisende gegenüber dem Gastland als Erlebnisort hat. Diese aus wirtschaftlicher Rason notwendige Adaption führt nicht selten zu einer eklatant defizitären Authentizität des touristisch vermittelten Bildes vom eigenen Sprach- und Kulturraum.

Beispiele dafür sind in Zentren des Fremdenverkehrs unübersehbar: Die v. a. in britischen männlichen Touristenkreisen kursierenden Spitznamen für Bratislava – ‚Gratislava‘ und ‚Partyslava‘ – weisen bereits auf einen per Internet forcierten, gezielten ‚Pub-crawl‘-Tourismus hin, der die slowakische Hauptstadt (und mittelbar auch das gesamte Land) als Oase des billigen Bieres und williger Frauen erscheinen lässt.<sup>1</sup> Dieses zweifelhafte Renommee, das zur kurzfristigen Devisengewinnung kreiert wurde, hat Bratislava inzwischen mehr geschadet als genützt (vgl. THANEI: 2007). Auch die unzähligen englischsprachigen Menütafeln in den massentouristischen Zonen der Prager Altstadt entwerfen unter dem (durchaus zugkräftigen) Schlagwort „(Real) Czech goulash, dumplings, beer“ ein äußerst reduziertes Bild von der Kultur der Tschechischen Republik. Die norditalienischen Küstenabschnitte der Adria wiederum verwandeln sich im Sommer in Landstriche voller deutsch bewohnter Bettenburgen. Hier bieten deutsch geschriebene Speisekarten als Alternative zu Pizza und Spagetti mit ‚Wurstel con krauti‘ und ‚Paulaner Weißbier‘ Klein-Deutschland mit ‚südländischem Akzent‘. Für die spanischen Balearen gilt bei landesspezifischer Variation Ähnliches.

Die genannten Serviceleistungen zahlen sich in der Regel finanziell zweifellos aus, hinterlassen aber ein falsches bzw. beschränktes Bild vom Gastland, teilweise so gut wie überhaupt keines. Der im Fremdenverkehr beschäftigte Dienstleister steht also der Herausforderung eines steten Spagates gegenüber: Denn zum einen gehört es zweifellos zum Berufsethos der Branche, ein möglichst positives, angenehmes Bild vom Gastland zu zeichnen. Andererseits sollten nach Möglichkeit keine verbreiteten Klischees bzw. irrigen Vorstellungen bedient oder gar verstärkt werden.

Dementsprechend sollte der tourismusbezogene Fachsprachenunterricht im Sinne eines zusammenwachsenden Europas Lösungsansätze skizzieren, das oben beschriebene Dilemma in der Praxis erfolgreich zu bewältigen. In den MOE-Ländern, namentlich in Tschechien, der Slowakei, Ungarn und Slowenien, wo aufgrund unmittelbarer Nachbarschaft immer noch ein Großteil der Touristen aus den deutschsprachigen Ländern kommt und demzufolge Deutsch als berufsbezogene

1 Vgl. z. B. die Homepage *Bratislava pissup resor* unter: <http://www.pissup.se/bratislava/resor/aktiviteter/119>.

Fremdsprache immer noch einen hohen Stellenwert hat, trifft dies v. a. für den Fremdsprachenunterricht Deutsch zu.

Gleichzeitig ist das Stereotyp vom ‚Deutschen auf Reisen‘ und von seinem weltweit ‚bekanntem‘ Urlaubsverhalten ein beliebtes, in diversen Spielfilmen aufgegriffenes Thema. Das Medium Spielfilm als ‚Textsorte‘ verfügt wiederum über zahlreiche didaktische Vorzüge im Rahmen des Fremdsprachenunterrichts. Im Folgenden soll anhand eines konkreten Beispiels ausgelotet werden, inwieweit sich der Spielfilm als ‚alternatives‘ Medium im Fachsprachenunterricht Deutsch dazu eignet, den künftig in der Tourismus-Branche beschäftigten Lerner (ex negativo) in einem interkulturellen Spannungsfeld für geeignete Wege zwischen Anpassung an die Erwartungen ausländischer Gäste und Vermittlung eines authentischen Bildes vom Gastland fern aller Klischees zu sensibilisieren. Der vorliegende Beitrag versteht sich im Rahmen einer interkulturellen Medienanalyse<sup>1</sup> als vorläufiges Zwischenergebnis<sup>2</sup> einer explorativen Suche nach erweiterten Darstellungs- und Erfahrungsmöglichkeiten von Phänomenen der Interkulturellen Kommunikation (IKK) für Fremdsprachen-Lerner außerhalb der Zielkultur.

## **2. Vorzüge des Spielfilm-Einsatzes bei der Erarbeitung von Aspekten interkultureller Kommunikation im Fachsprachenunterricht Deutsch**

Vor der Skizzierung eines konkreten Unterrichtsentwurfes sind an dieser Stelle einige theoretische Vorüberlegungen zum Medium Spielfilm anzustellen: Bereits in den 1970er Jahren geriet der Film als ‚Textsorte‘ für den Fremdsprachenunterricht ins Blickfeld von Didaktikern. In einer zunehmend visuell ausgerichteten Erlebnis-Gesellschaft spielen audiovisuelle Medien notwendigerweise zunehmend eine tragende Rolle. Mit Lucille GRINDHAMMERs (1994, 270) Worten: „When culture is becoming increasingly multi-media, the language classroom cannot become the last bulwark of the printed world“.

An die Grundüberlegung vom Kino als „sozialem Erlebnisort“ (BURGER: 1995, 593) und Freiraum „außerhalb organisierter pädagogischer Zonen“ (BAACKE/SCHÄFER/ VOLLBRECHT: 1994, 142), als Medium, das in außerschulische Lernräume entführt, in welchen an die durch die bewegte Bildkultur unserer Mediengesellschaft hoch entwickelten Sehgewohnheiten der Lerner angeknüpft

---

1 Diese „[...]“ zielt auf die Erforschung von Phänomenen und Prozessen des Kulturtransfers, der Kulturmischung und des kulturellen Synkretismus in unterschiedlichen Kommunikationsmedien, von den Printmedien über audiovisuelle Medien bis zum Hörfunk und zur Werbung“ (LÜSEBRINK/WALTER: 2003, 9).

2 Die folgende Unterrichtsskizze wurde von den Autoren bereits erfolgreich an Studierenden der Fakultät für internationale Beziehungen der Wirtschaftsuniversität Bratislava/Slowakei sowie des Instituts für germanische Studien an der Philosophischen Fakultät der Karls-Universität Prag/Tschechien in der Praxis erprobt.

werden kann (vgl. BLAHAK: 2006, 16), schließen sich folgende weitere Vorzüge filmischer Darstellung von IKK-Phänomenen an:<sup>1</sup>

Zunächst sprechen Filme die von SCHWERDTFEGER (1989, 24–26) geforderte „fünfte sprachliche Grundkompetenz“ an, nämlich das Verstehen von etwas, was man sieht. Hierbei tritt Sinnstiftung auf Grundlage des visuell Wahrgenommenen durch Interpretation des Textes auf. Die Tatsache, dass diese Sinnzuweisung neben dem persönlichen auch durch das kulturell geprägte Erfahrungswissen der Rezipienten bestimmt ist (vgl. BLELL/LÜTGE: 2004, 402), macht Spielfilme für die Analyse interkultureller Phänomene besonders attraktiv, welche zwangsläufig eigenkulturelle Reflexion anregen.

Viele Spielfilm-Sequenzen zeichnen sich zudem durch Offenheit aus. Sie erzählen eine fiktionale Geschichte, lenken die Aufmerksamkeit des Lernalers in bestimmte Richtungen, werfen Fragen auf, regen zu Vermutungen an und lösen dadurch Kommunikation aus (vgl. ARNSDORF: 1994, 560). Mittels personalisierter und subjektiver visueller Darstellungen (durch Schauspieler, Kamera-Einstellungen etc.) schaffen Spielfilme häufig und noch stärker als Literatur Identifikationsmöglichkeiten und dadurch Zugänge zu interkulturellen Inhalten (vgl. SDUN: 1981, 40).

Durch ihre Anschaulichkeit besitzen Filme außerdem eine im Vergleich zu Texten oder zur gesprochenen Sprache höhere „kommunikative Effektivität“. Daraus leiten sich nicht nur bezüglich der sprachlichen Fertigkeiten eine besonders hohe Vermittlungseffektivität und ein damit verbundener „Langzeitbehaltungseffekt“ (GUSE: 2007, 229) ab. Indem „genaue Erinnerungsbilder von Handlungen, Situationen, Redeverhalten und Redeverläufen“ (GÜGOLD: 1991, 37) evoziert werden, erschließen sich dem Lerner auch Inhalte besser, zumal sie gleichsam sinnlich umfassend erlebt werden. So können auch IKK-Phänomene im Film ganzheitlich auf sprachlicher, narrativer und auf der Ebene filmischer Mittel wahrgenommen und analysiert werden, was ein umfassendes und nachhaltiges Verständnis fördern dürfte.

Die plurimediale Darstellungsform des Films, die Bild, Dialogizität und Ton verbindet, scheint darüber hinaus die der Wirklichkeitskomplexität am besten angenäherte Darstellungsmöglichkeit zu sein (vgl. DION/LÜSEBRINK: 2003, 189). Diese Wirklichkeitsnähe führt zu einer höheren Glaubwürdigkeit und vermittelt das Gefühl des konkreten und authentischen Lebens (vgl. KOTTLORZ: 1993, 48). Der so durch das Medium suggerierte Authentizitäts-Anspruch kann durch bestimmte Darstellungsinhalte und bestimmte filmspezifische Darstellungsformen und -techniken noch verstärkt werden. Im Spannungsfeld zwischen filmisch suggerierter

---

1 Hier soll nur auf sprachpraktische bzw. medienspezifische Überlegungen eingegangen werden, insofern sie auch im Zusammenhang mit der Vermittlung von IKK-Inhalten relevant erscheinen. Ausführliche Zusammenstellungen sprachpraktischer und medienspezifischer Überlegungen zum Thema Film im Fremdsprachenunterricht findet sich z. B. bei BLAHAK (2006, 16–18), GUSE (2007, 226–229) und PIBER (2008, 173–175).

Authentizität bzw. faktischer Fiktionalität einerseits und der außerfilmischen ‚Wirklichkeit‘ andererseits, wie sie IKK-Konzepte abbilden wollen, kann eine inhaltliche Erschließung im „beschützten Raum der Fiktion“ (GUSE: 2007, 231) stattfinden.

Schließlich eignen sich Filme schon aus genreimmanenten Gründen für die Darstellung von IKK-Inhalten: „Kaum ein Film kommt ohne die Darstellung von Fremdheiten aus. Die medialen Dramaturgien leben davon, dass sie das Bekannte mit dem Unbekannten, das Reguläre mit dem Außergewöhnlichen, das Eigene mit dem Fremden konfrontieren“ (HICKENTHIER: 1995, 21). Diese Opposition ‚Fremdes‘ – ‚Eigenes‘ als konstituierendes Element filmischer Dramaturgie bietet also einen besonders reichhaltigen Pool zur Veranschaulichung von IKK-Phänomenen.

Nicht zuletzt reflektieren Spielfilme kulturelle, historische und gesellschaftliche Inhalte, die fester Bestandteil der Lebensrealität der Zielkultur sind. Indem IKK-Phänomene durch Spielfilme veranschaulicht werden, erfolgt deren ‚Einbettung‘ mit allen oben genannten medienspezifischen Vorzügen in einen landeskundlichen Kontext, ohne den sie letztlich abstrakt bleiben und sich dem Lerner nicht endgültig erschließen.

### **3. Der zugrunde gelegten Film *man spricht deutsch*: Inhalt und didaktische Vorüberlegungen**

Der folgenden Skizze eines Unterrichts, der für eine national homogene Gruppe von Lernern auf dem Sprachniveau B2/C1 in MOE im Rahmen eines tourismusbezogenen Fachsprachen-Unterrichts Deutsch konzipiert ist, wird die Spielfilm-Komödie *man spricht deutsch*<sup>1</sup> von Hanns Christian Müller als Medium zugrunde gelegt. Ihr Inhalt lässt sich wie folgt zusammenfassen:

Der Urlaub der bayerischen Familie Löffler aus Ampermoching im Ferienort Terracina am Tyrrhenischen Meer geht zu Ende. Der stoische Erwin, seine leicht hysterische Frau Irmgard und ihr gemeinsamer dicklicher, dümmlich-frecher Sohn Heinz Rüdiger vertreten wie die meisten anderen deutschen Strandbesucher weitgehend die Ansicht, Italien sei zwar ein schönes Land, auf die Italiener könne man aber gerne verzichten. Der Genuss des letzten Urlaubstages wird überschattet von verschmutzten Stränden, aufdringlichen Strandhändlern, den ‚kulinarischen Mängeln‘ Italiens und der ständigen Angst, das aus rationellen Gründen bereits voll gepackte Auto könnte gestohlen werden. In brütender Hitze geben sich die Eheleute Tagträumen voller kleinbürgerlicher Ängste und Sehnsüchte hin, aus welchen sie unvermittelt immer wieder in die Wirklichkeit zurückgerissen werden. Erwin Löffler träumt von amourösen Abenteuern mit einem blonden deutschen Urlaub-Single und der rassistischen Italienerin Violetta sowie vom Diebstahl seines Autos, während sich seine Frau mit geschlossenen Augen in alarmüberwachte Strandvillen und auf Jachten deutscher Millionäre

---

1 Regie: Hanns Christian Müller – BRD 1988 – Länge: 78 min.

entführen oder sich in einer rotlichtlastigen Veranstaltung zur Strandkönigin ‚Miss Paradiso‘ wählen lässt. Trotz aller Defizite, die Italien offenbar birgt, konstatiert die im Großen und Ganzen zufriedene Familie Löffler letztendlich doch, dass man im nächsten Sommer wieder kommen wolle.

Die Gesamtatmosphäre des Films hat Elke KUMMER (1988) treffend in wenigen Sätzen beschrieben: Die Komödie ...



[...] lässt in groben Strichen die Karikatur eines Menschenschlags entstehen, der Jahr für Jahr auf die Wochen Paradies hinspart, die er sich dann selbst zur Hölle macht. Das Utopia des deutschen Urlaubes, die Sehnsucht irgend anderswo hinzugelangen, endet im eigenen Dreck. Die Löfflers [...] spannen sich selbst in ein Koordinatennetz ein, das kaum anders als denunziatorisch zu begreifen ist, gleichzeitig jedoch die Summe der kritischen Gemeinplätze erst auf die Höhe des Aberwitzes treibt. Wenn dem Ehepaar Löffler [...] nur etwa soviel Bewegungsfreiheit am Strand bleibt wie sie daheim über Quadratmeter Wohnung verfügen, so liegt das nicht einmal daran, dass der Miturlauber zu viele da wären, sondern daran, dass ihre eigene Bedürfnisstruktur sie einengt: Ein Fixpunkt ist der Parkplatz mit dem Hab und Gut im Auto, das fest im Auge behalten werden muss, weil den Italienern nicht zu trauen ist. Alsdann ist die Nähe zum

Strandkiosk unverzichtbar, weil dort neben den kalten Getränken auch der vielgebrauchte Teerfleckenentferner erhältlich ist, und zu guter letzt haben die sympathischen Miturlauber auch ihr festes Plätzchen, und so manches, woran sich nutzen lässt, allein schon das Radio, aus dem die Verkehrsmeldungen von Bayern III über zu erwartende Stautufen dröhnen.

Die Auswahl des Filmes bietet sich auch aufgrund seiner relativen Kürze an: Innerhalb einer 90-Minuten-Lerneinheit kann eine Vorentlastung und Sensibilisierung für das Thema, die Verteilung von Arbeits- und Beobachtungsaufträgen zum Film sowie die Filmprojektion selbst erfolgen. Die Ergebnisse werden in einer folgenden 90-Minuten-Einheit ausgewertet und vertieft, bevor verschiedene Transfer-Aufgaben gestellt werden.

Die gewählte Urlaubs-Komödie kann darüber hinaus als eine Art von Gesamt-Schau häufiger Werkmotive des Hauptakteurs Gerhard Polt betrachtet werden, der in seinen Texten, Hörspielen, TV-Sketchen und Spielfilmen mit Vorliebe (regional wie national geprägte) Stereotype, Vorurteile sowie Fremdenfeindlichkeit unter

seinen Mitmenschen karikiert. Nicht selten manifestieren sich diese Motive in stereotypen Bildern vom Ausland,<sup>1</sup> in ‚kulturkreisspezifischem‘ Urlaubsverhalten oder in einem primitiv gestalteten ‚Ausländerdeutsch‘.<sup>2</sup> Dabei blamieren sich Polts deutsche Protagonisten häufig angesichts ihrer als aufgesetzt entlarvten (sprachlichen) Weltgewandtheit, die auf dem Prüfstand meist nicht besteht<sup>3</sup> (vgl. BLAHAK: 2007, 16 f.). In *man spricht deutsch* kulminieren die Szenen des ‚culture clash‘ geradezu. Insofern eignet sich der Film aus Sicht der Disziplin der IKK besonders gut dazu, die Sensibilisierung für das Fremdverstehen bei den Lernern ‚ex negativo‘ zu forcieren.

Die Einrahmung und Flankierung der Filmvorführung durch vorbereitende und ergänzende authentische Materialien zum Thema folgt der Empfehlung von Barry BADDOCK (1989, 276): „Film – as a vehicle of contextualised language and as a realistic mirror of culture – will be most profitable when combined with other authentic materials which help to explain each other, linguistically and culturally.“

## 4. Skizze des Unterrichtsverlaufes

### 4.1 Phase 1: Hinführung, terminologische Begriffsbestimmungen und thematische Vorentlastung

Der Einstieg in die Unterrichtseinheit könnte demnach mittels eines Kipp-Bildes erfolgen, anhand dessen den Lernern zunächst die Selektivität, Subjektivität und Erfahrungs-abhängigkeit von Wahrnehmung anschaulich gemacht werden kann. Über die folgenden Materialien kann der Lerner im Weiteren mit wichtigen Termini aus dem Themenkomplex ‚Stereotyp‘ vertraut gemacht und gleichzeitig thematisch vorentlastet werden:

- *Autostereotyp* (das vereinfachte Bild von der eigenen Kultur): Kabarettistische Kurztexte Gerhard Polts zum Thema ‚Urlaub und Reisen‘, welche v. a. deutsches Urlaubsverhalten stereotypisiert aufs Korn nehmen (vgl. Anm. zu Kap. 3). Diese Sketche entwerfen ähnliche Stereotype vom Urlauber wie vom Gastland wie der Film *man spricht deutsch*.
- *Heterostereotyp* (das vereinfachte Bild von der fremden Kultur): Bilder von betrunkenen deutschen Touristen am Balaton und auf Mallorca, von Gruppen

1 Vgl. z. B. die Sketche *Italien, Schweden, Alles über den Russen, Alles über Jugoslawien, Alles über Spanien, Alles über Frankreich* und *Alles über Griechenland* (vgl. POLT: 2003, 595, 602 f., 608, 610 f., 614).

2 So etwa in *Die Exoten, Warten auf Dillinger* oder *Moslem-Man-Power* (vgl. POLT: 2003, 165–170, 331–370).

3 Siehe hierzu v. a. *Der internationale Feinschmecker, Vom Boden essen* und *Im Urlaub* (vgl. POLT: 2003, 597–600, 604–606, 632 f.).

fotografierender japanischer Touristen oder von thailändischen Touristen-Bordellen können thematisch vorentlasten und einen Anreiz für spontane Lerner-Äußerungen darstellen.

- *Erwartetes Heterostereotyp* (das vereinfachte Bild von der eigenen Kultur, das wir bei Angehörigen der fremden Kultur vermuten): Hier kann authentisches Bild- und Werbematerial aus Touristenorten zum Einsatz kommen, welches das Feilbieten vermuteter Heterostereotype vom eigenen Land veranschaulicht und illustriert (vgl. Kap. 1).

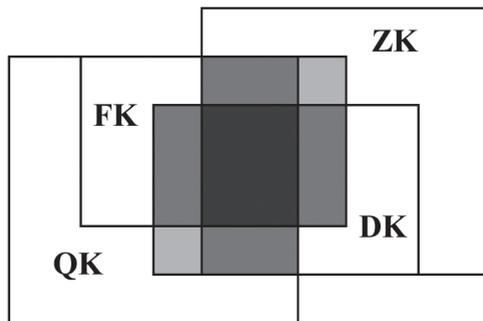
Als nächster didaktischer Schritt empfiehlt es sich, gemeinsam mit den Lernern die unterschiedlichen Spielarten von Kultur zu klären, die im Rahmen touristischer Fremdaufenthalte im Gastland aufeinander treffen. Nach dem ‚Vier-Kulturen-Modell‘ von THIEM (2001) können vier Kulturformen unterschieden werden, die bei Begegnungen zwischen Reisenden und Bereisten einander gegenüberstehen, sich gegenseitig beeinflussen und teilweise miteinander kollidieren.

- Die *Kultur der Quell-Region* (KQ): Sie wird bestimmt durch die kulturellen Parameter der Herkunftsregion der jeweiligen Touristen(-Gruppen/-Massen), durch die Einstellungen, Erwartungen und Handlungsmuster, die der Tourist aus seinem jeweiligen kulturellen Sozialisationsmilieu mit sich nimmt, wenn er auf Reisen geht (vgl. MÖRTH: 2004). Die Kultur der Quell-Region manifestiert sich u. a. in gewohnten Annehmlichkeiten von zu Hause, auf die man auch im Urlaub auf keinen Fall verzichten möchte. Diese reichen von Kulinarischem bis zu mitgeführten Hygiene-Artikeln.
- Die *Ferien-Kultur* (FK): Sie charakterisiert den Lebensstil, den Touristen in ihrem Urlaubsort pflegen (vgl. THIEM: 2001, 28). Dieser unterscheidet sich deutlich von ihrem Lebensstil in der jeweiligen Quell-Region. Zum Tragen kommen hier auch verschiedene Urlaubs-Motive, Erwartungen und Ansprüche des Touristen gegenüber seinem Urlaubsland. Häufig stereotyp-exotische Wünsche bzw. Sehnsüchte sehen sich hier mit Ängsten vor dem Fremden konfrontiert. Hier stellt sich für den Touristen individuell die Frage, wie viel Vertrautes, Heimisches er während des Fremdaufenthaltes braucht bzw. nicht aufgeben möchte und wie viel Fremdes, Unvertrautes er in seiner Umgebung an sich heran lässt bzw. sogar sucht.
- Die *Dienstleistungskultur* (DK): Sie umfasst den Lebensstil, den die Einheimischen des Urlaubslandes in ihrer Rolle als Gastgeber praktizieren, sowie die in der Region zur Verfügung stehenden touristischen Einrichtungen (vgl. THIEM: 2001, 28). Im Zentrum steht das Bemühen der in der Tourismus-Branche Beschäftigten, die im Rahmen der Ferien-Kultur bestehenden Erwartungen zu bedienen. Dies kann bis zu völliger Selbstverleugnung der eigenen Kultur führen, indem man für den Touristen ein Abbild der jeweiligen Kultur der Quell-Region inszeniert,

das mit einigen stereotypen Akzenten der Kultur der Ziel-Region ‚garniert‘ wird, so dass es zu einer scheinbaren Harmonie mit den Sehnsuchts-Aspekten der Ferien-Kultur kommt.

- Die *Kultur der Ziel-Region* (ZK): Sie wird durch das authentische Leben der Einheimischen des touristischen Gastlandes jenseits aller Touristen-Pfade gebildet, umfasst also die Lebenswelt der Einheimischen abseits des Fremdenverkehrs. Mit dem im Rahmen touristischer Zwänge Gebotenen hat sie in der Regel nichts oder kaum etwas zu tun. Meist abgeschottet, kann und will sie der Tourist nur in den seltensten (Zu-)Fällen erfahren. Oft hat die Ziel-Region bei genauerer Betrachtung (z. B. bezüglich alltäglicher Notwendigkeiten) jedoch auch erstaunlich viel mit der Quell-Region gemeinsam.

Als weiterer zur Filmprojektion hinführender Arbeitsauftrag könnte man die Lerner in Kleingruppen die Überlappungen und gegenseitigen Ausschließungen der vier miteinander konfrontierten Kultur-Formen graphisch darstellen lassen. Das kann z. B. wie folgt aussehen:



**Abb. 1:** Graphische Darstellung der Überlappungen der vier im Tourismus miteinander konfrontierten Spielarten von Kultur

Die graphischen Ergebnisse sollten in der anschließenden Besprechung zu der Einsicht führen, dass sich scheinbar der Balanceakt zwischen der Kultur der Ziel-Region und der Dienstleistungskultur als von zentraler Bedeutung und als besonders schwierig erweist, zumal hier finanzielle Abhängigkeiten eine große Rolle spielen, während es im Falle der Kultur der Quell-Region und der Ferien-Kultur maximal zu Enttäuschungen kommen kann.

## 4.2 Phase 2: Verteilung von Arbeits-/Beobachtungsaufgaben an Lerner-Kleingruppen und Filmprojektion

Vor der Projektion des Spielfilms sollten an insgesamt vier Lerner-Kleingruppen je ein Komplex an Arbeits- bzw. Beobachtungsaufträgen verteilt werden. Diese werden in den folgenden Unterkapiteln genannt und den jeweils relevanten Film-Sequenzen bzw. -Motiven gegenübergestellt, welche die jeweiligen Lerner-Kleingruppen während der Filmprojektion herausfiltern und schriftlich fixieren sollten. Den Gruppen sollte ferner bereits hier mitgeteilt werden, dass sie im Anschluss an die Filmprojektion bis zur folgenden Unterrichtseinheit ihre Ergebnisse zusammenfassen und auf deren Basis eine Präsentation im Plenum durch einen Gruppen-Sprecher vorbereiten sollen.

### 4.2.1 Die *Kultur der Quell-Region* im Film als ‚Klein-Deutschland‘ in Italien

Der Komplex an Arbeits-/Beobachtungsaufgaben für die Lerner-Kleingruppe 1 lautet demnach:

- Was macht die *Kultur der Quell-Region* Deutschland aus?
- Wie und warum schaffen sich die deutschen Touristen ‚Klein-Deutschland‘ in Italien?
- Welche (stereotypen) kollektiven Charaktereigenschaften werden den Deutschen im Film zugeschrieben?
- Was kann man über das (im Film nicht gezeigte) Alltagsleben der Deutschen zu Hause vermuten?

An relevanten Stellen sollten sich die Lerner während der Film-Projektion etwa Folgendes dazu notieren:<sup>1</sup> Zunächst kommen die Deutschen, die den Strand von Terracina bevölkern, nur schwer ohne ihre gewohnten Medien aus. So lauschen sie permanent mit einem Ohr dem heimischen Radiosender Bayern III, v. a. um stets über die Verkehrslage (Stau-Vorhersagen) informiert zu sein [10:44–11:05 / 21:00–21:35].<sup>2</sup> Die Standard-Strand-Lektüre der Deutschen ist ferner die BILD-Zeitung, die besonders geschätzt wird, wenn sie noch vom selben Tag ist. Solidarisch bietet man das Blatt dem Strandnachbarn an, sobald man es durchgelesen hat [22:04–22:10 / 31:27 / 42:39–42:56 / 45:26–45:43]. Hinzu kommen Symbole, die

1 Vollständigkeit ist – wie auch im Rahmen der Arbeits-/Beobachtungsaufgaben der Gruppen 2–4 – aufgrund der Vielzahl von Motiven nicht notwendig und wohl auch nicht möglich, zumal das leicht bairisch bzw. fränkisch eingefärbte Deutsch der Protagonisten gelegentlich das Textverständnis erschweren dürfte. Dies tut dem Gesamtverständnis aufgrund der starken Bildlichkeit des Films aber keinen Abbruch.

2 Zur leichteren Auffindbarkeit der genannten Belegstellen wird im Folgenden jeweils in eckigen Klammern die Spielzeit der relevanten Stellen im Film angegeben.

Klein-Deutschland in Italien manifestieren, wie z. B. Erwin Löfflers Sonnenschirm mit den bayerischen weiß-blauen Rauten [06:50–07:05] oder die bundesdeutsche Fahne, die als Hoheitssymbol auf der Jacht des Millionärs von Bornstedt flattert [1:04:24–1:04:39]. Dass man als Deutsche lieber unter sich ist, versteht sich von selbst. Mit Hilfe mitgebrachter Desinfektionstücher und dem aus Deutschland importierten, am Strandkiosk erhältlichen Reinigungsmittel ‚Fleck-Weg‘ ist man gewappnet, die gewohnte Sauberkeit jederzeit gegenüber den katastrophalen Hygiene-Verhältnissen Italiens zu halten [16:38–17:00 / 54:15–54:28]. Auch das eigene Sicherheitsbedürfnis beruhigt man – wie der Immobilienbesitzer Eigenbrodt – durch heimisches Hightech: „Alarmanlage made in Germany – unsere Jungs sind auf Zack!“ [26:46–26:52].

Besonders eklatant fällt die stete Anwesenheit von Attributen der Quell-Kultur Deutschland im Bereich des Kulinarischen auf: Weißbier, Schweinshaxe und Leberkäse stellen die bevorzugten Mittagsgerichte der Deutschen im Strandrestaurant dar [57:24–59:03]. Obligatorisch ist auch der Kräuterschnaps Jägermeister, der auch schon mal in einem feinen italienischen Restaurant als Aperitif bestellt wird [37:24–37:34 / 38:20–38:34 / 59:46–59:49]. Heimische Alkoholika werden in beträchtlichen Mengen nach Italien eingeführt, wobei scheinbar völlig übersehen wird, das Italien wenn auch kein Bier-, so doch ein bekanntes Wein-Land ist:

- |                              |   |
|------------------------------|---|
| Herr Endres zu den Löfflers: | Ich habe sechs Kisten Fürstenberg Pilsner mitgebracht.<br>[...]   |
| Frau Endres zu den Löfflers: | Wir ham fei auch an Wein da: [...] Nordrheiner Vögelein, das ist ein ehrlicher Tropfen!<br>[31:52–32:20]. |
| Erwin zum Kellner:           | Herr Ober, bringen S’ uns bitte einen guten Wein und zwar einen französischen! [39:32–39:42].             |

Gern würde man noch mehr gewohnte Lebensmittel von zu Hause mitbringen, allein die Natur setzt diesem Vorhaben Grenzen:

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| Irmgard zu von Bornstedt: | Also wissen S’: Wir san jetzt 14 Tage da. Wir ham ja alles dabei g’habt. Aber so a Schwarzbrot des hält sich ja net unbegrenzt, des trocknet einem ja aus“ [1:07:10–1:07:18]. |
|---------------------------|---|

Die im Film gezeigten Deutschen erweisen sich darüber hinaus als geizig [36:21–36:43 / 1:15:58–1:15:07 / 1:15:58–1:16:07], pedantisch [04:27–04:49], rücksichtslos [02:46–03:24 / 19:17–20:55], laut [30:13–13:37] und ignorant [37:25–39:10].

#### 4.2.2 Die *Ferien-Kultur* der Deutschen im Film im Spannungsfeld zwischen Exotismus und Xenophobie

Der Lerner-Kleingruppe 2 wird demgegenüber der folgenden Komplex an Arbeits-/ Beobachtungsaufgaben zugewiesen:

- Beschreiben Sie die im Film gezeigte *Ferien-Kultur* der deutschen Touristen.
- Welche Wünsche und Ängste charakterisieren sie?
- Wie sehen die Deutschen im Film die Italiener? Welche Eigenschaften schreiben sie ihnen (stereotyp) zu?
- Charakterisieren Sie die Sprach-Verwendung der Deutschen in Kontakt-Situationen mit Italienern.

Die Lerner sollten hier die folgenden Beobachtungen machen: Die *Ferien-Kultur* der Deutschen im Film manifestiert sich v. a. in den sechs Tagträumen des Ehepaars Löffler. Diese offenbaren kleinbürgerliche Sehnsüchte und das Wunschbild von Italien als Ort leidenschaftlicher Abenteuer. Bei Erwin dominiert dabei der erotische Aspekt: Er hat es in seinen ersten beiden Träumen auf das blonde Strand-Single, Frau Häberle [12:30–16:00], und auf die rassige Italienerin Violetta [33:57–41:52] (vgl. Kap. 4.3.1) abgesehen. Bei Irmgard dagegen herrschen Sehnsuchtsmotive von Luxus und Weltgewandtheit vor: Sie wird im Traum von den deutschen Millionären Eigenbrodt und von Bornstedt in eine Luxus-Villa am Meer [23:00–30:30] bzw. auf eine Luxus-Jacht [1:03:33–1:09:18] entführt.

Diese Träume enden jedoch – bevor man wieder in die Wirklichkeit des lärmenden, verschmutzten Strandes zurückgerissen wird – meist in einer Überdosis an Abenteuern, die gleichzeitig die unverhohlenen Ängste des deutschen Kleinbürgers vor Italien offenbart: Heftig schlagen diese Ängste in Irmgards zweitem Traum durch, in dem sie auf Vermittlung des heißblütigen Kiosk-Besitzers Gian Carlo zwar (unter Ausschluss italienischer Konkurrentinnen) zur Strand-Königin Miss Paradiso gewählt wird. Der Wettbewerb entpuppt sich allerdings am Ende als Rotlicht-Veranstaltung, auf deren Höhepunkt sie sich als Striptease-Tänzerin betätigen soll [46:08–51:50]. Erwin wiederum wird in seinem dritten Tagtraum des gepackten Familien-Autos und nach einer abenteuerlichen Jagd des Schlüsseldiebes durch die Gassen von Terracina auch seiner restlichen Habe beraubt und wegen fehlender Papiere von italienischen Carabinieri in Handschellen abgeführt [1:12:51–1:15:00].

Insgesamt ist das Hin-und-her-Gerissen-Sein der Löfflers zwischen Exotismus (Italien als Land der Erotik und Leidenschaft) und Xenophobie (Italien als Land des Chaos und der Gauner) als eine Art Leitthema des Films anzusehen. Entsprechend werden den Einheimischen mit „Italiener, typisch!“ [03:22] rasch stereotype Eigenschaften zugewiesen, die in beide Richtungen weisen. Auf der einen Seite steht das positive Attribut ‚südländisch‘ (erotisch, heißblütig-temperamentvoll,

romantisch) [40: 57–41:17]. Auf der anderen Seite stehen vorurteilsbelastete Eigenschaften wie ‚schmutzig‘ [32:45–33:40], ‚diebisch‘ [06:00–06:10 / 10:25–10:36 / 54:43–54:52], ‚laut‘ [52:30–52:36], ‚unterentwickelt‘ [03:50–04:28] und ‚faul‘:

- Erwin: Die Deutschen bringen doch einen Haufen Devisen ins Land und die Italiener tun nix, buchstäblich gar nix.  
Irmgard: Ja, ja, der Italiener is a ganz a andere Mentalität!  
Frau Endres: Des sind [sic] a ganz a andere Rasse!  
Erwin: Des hat ja nicht amal der Mussolini g’schafft...! [20:42–20:52].

Kurios genug wird den Bewohnern Italiens gar ‚kulinarische Rückständigkeit‘ unterstellt:

- Von Bornstedt: Dieses begnadete Volk ist nicht in der Lage, mit Sauerteig umzugehen oder mit Kümmel.  
Irmgard: Diese Italiener mit ihrem Weißbrot – ich kann’s nicht mehr sehen! [...] – Wissen S’, das sind einfach Mängel da herunten in Italien, mit denen muss man leben [1:07:26–1:08:09].  
Erwin: Dass diese Italiener immer nur so a Scheiß-Weißbrot ham...! [1:09:27–1:09:30]. – Ach, Mensch, diese Italiener! A anständig’s Bier können’s auch net machen! [31:45–32:35].

Selektiv-willkürlich kommt es immer wieder zu Anpassungsversuchen an die Zielkultur – etwa wenn Eigenbrodt Irmgard gesteht: „Tja, Italien ist an sich ein wunderbares Land – nur auf die Italiener kann ich verzichten“ [26:14–26:17], sie an anderer Stelle aber mit den Worten „Ach was, wir sind in Italien, da passt man sich den Sitten an: When in Rome do as the Romans do!“ [28:47–28:56] zum Trinken verleiten will.

Dass diese Anpassungsversuche scheinbar jeweils mit einem gewissen Risiko verbunden sind, wenn man vertrautes Terrain aufgibt, zeigt sich besonders in den beiden Restaurant-Szenen des Films, wo es zu einem völligen Scheitern der deutschen Akteure kommt, als diese ihren in Deutschland gewonnenen und in Italien nicht erweiterten Horizont von Pizza und Spaghetti überschreiten müssen bzw. zu überschreiten versuchen (s. Kap. 4.3.1 und 4.3.2).

In den Bereich deutscher Annäherungsversuche an die italienische Kultur fällt auch die Sprachverwendung der Deutschen: Diese manifestiert sich zum einen in einem verprimitivisierten Ausländer-Deutsch: „Früher kommen, dann Platz kriegen!“ [19:46–19:48] – „Wir wiederkommen!“ [1:17:50–1:17:52]. Zum anderen kommt es zur Einstreuung einzelner italienischer Wörter, die man inzwischen aufgeschnappt

hat, in das verwendete Deutsch. Dies geschieht sowohl, um im Rahmen der Ferien-Kultur Integrationsbereitschaft und Aufgeschlossenheit zu demonstrieren, als auch, um Italiener zurechtzuweisen bzw. überhaupt Kommunikation herzustellen:

- Dr. Wilms: Am Abend war dann endgültig finito!“ [04:03–04:06].  
Erwin: (im Kommando-Ton zum Kellner über die bestellten Spagetti) Aber: al dente! [39:09–39:10].  
Irmgard: (zu Gian Carlo über die Anzahl bestellter Espresso) Moment, solo uno! [...] Doch due!“ [1:01:12–1:01:20].  
Irmgard: (abweisend zu einer italienischen Familie am Strand) Alles occupando! [19:45].  
Erwin: (ebenso zu derselben) Niente Platz hier! [20:00–20:05].  
Erwin: (zu Violetta über Deutschland) Stammtisch – tavolo amico! [38:00–38:08].

Dabei sorgt der Einsatz dieser Sprachkenntnisse (v. a. in den letzten drei Beispielen) nicht selten für mehr Verwirrung als Verständigung. Der Strandkiosk-Besitzer und (aus Sicht der deutschen Ferien-Kultur) ‚Vorzeige-Italiener‘ Gian Carlo parodiert dieses Gebaren, das er wohl zur Hälfte anerkennt, zur Hälfte belächelt, als Heinz-Rüdiger bei ihm „A Brot und a gelato!“ kaufen möchte und er scherzhaft mit den Worten: „Ein pane und ein Eis!“ [1:09:40–1:09:46] darauf reagiert.

#### 4.2.3 Die *Dienstleistungskultur* der im Tourismus beschäftigten Italiener im Film zwischen Wohlfühl-Service und Selbstverleugnung

Der Komplex an Arbeits-/Beobachtungsaufgaben für die Lerner-Kleingruppe 3 wiederum stellt sich wie folgt dar:

- Charakterisieren Sie die im Film dargestellte *Dienstleistungskultur* der Italiener.
- Wie weit kommen diese den deutschen Erwartungen und Ansprüchen an den Ferienort, d. h. der deutschen Ferien-Kultur entgegen?
- Wo stößt das Entgegenkommen an seine Grenzen?

Folgende Beobachtungen der Lerner sind hier im optimalen Falle zu erwarten: Die Dienstleistungskultur der Italiener kommt den deutschen Gästen letztlich in allen Bereichen der Lebens- und Alltagskultur schrankenlos entgegen, ein Gebaren, das teilweise bis zur absoluten Selbstverleugnung reicht. Vor allem die folgenden ‚Wohlfühl-Sphären‘ werden in diesem Zusammenhang im Film ausführlich beschrieben:

Da ist zum einen ein teils adäquates, teils übertriebenes sprachliches Entgegenkommen zu registrieren. Die grundsätzlichen sprachlichen Erwartungen der deutschen Touristen gegenüber dem Gastland Italien, welchen sich die Italiener kompromisslos unterwerfen, fasst der geschwätzige Strandbesucher Amöbius in einem Vergleich mit den gegenüber dem Angebot in Terracina ‚rückständigen‘ Griechenland zusammen:

Amöbius: Der Grieche is ja heute überhaupt so weit, wenn Sie sich mit dem verständigen wollen, da müssen S' entweder englisch reden oder gleich griechisch. Deutsch is für den Griechen... wie eine Fremdsprache! [34:13–34:24].

Die in der Dienstleistungskultur Beschäftigten sprechen dem zufolge selbstverständlich Deutsch und kündigen ihre auf den deutschen Gast abgestimmten Angebote allerorts in (allerdings fehlerhaftem) Deutsch an: Neben dem Hinweis „man spricht deutsch“ [01:35–02:50 / 13:00–13:11], „[...] jenem Schild [...], das eines der Areale von Unkultur etikettiert, die der Massentourismus schafft, wo immer er hinreicht“ (KUMMER 1988), verkünden Tafeln am Strand, es gäbe hier „Filtercaffe deutsche art“ [02:05–02:42], „Täglich frische Tortenspezialität [13:13–13:15] u. ä. Die Speisekarte des Strand-Restaurants ist ebenfalls auf Deutsch abgefasst, eine italienische oder zweisprachige Version gibt es nicht, so dass der Kellner gezwungen ist, das (noch dazu inhaltlich auf deutsche Vorlieben abgestimmte) Angebot des Hauses italienischen Gästen zu übersetzen, die letztendlich erbost das Feld räumen [55:28–56:13] (vgl. Kap. 4.3.2).

Auch die sonstige Gesamt-Atmosphäre des italienisch betreuten klein-deutschen Strandes ist auf den Gast abgestimmt, wobei sich die Dienstleister hier immerhin ansatzweise bemühen, Deutsches mit italienischen Akzenten zu ‚garnieren‘ und dabei z. T. auf Motive kleinbürgerlich-klischeehafter Italiensehnsüchte zurückgreifen: So wird das italienische Strandrestaurant etwa „Ristorante Schwarzwaldgrotte“ getauft [02:42–02:46]. Auch die musikalische Berieselung weist Mischungsversuche der Kultur der Quell-Region und der Ferien-Kultur der Deutschen auf: Neben dem in Deutschland wohlbekanntem „Capri-Fischern“ [58:03–1:00:12] beschallen Schlager wie „Guten Morgen, amore mio, guten Morgen, come va?“ [2:00–2:50] den Strand.

Unumstrittener Arrangeur und Regisseur der Dienstleistungskultur am Strand von Terracina ist Gian Carlo, der mit seinem Strandkiosk den deutschen Gästen sowohl die Annehmlichkeiten ihrer Ferien-Kultur (gelato, espresso) [07:24–07:45 / 17:01–18:08 / 1:09:40–1:09:46 / 1:00:54–1:01:27] als auch der Kultur ihrer Quell-Region (Fleck-Weg) [17:37–18:15] zu bieten bemüht ist. Auch wo Defizite der Dienstleistungskultur eklatant offenbar werden (verstopfte Toiletten [03:55–04:28], schlechte Telefonverbindungen in die Heimat [1:00:53–1:01:50]), tritt er als ‚deus ex

machina' in Erscheinung und hilft (durch seine funktionierende Kiosk-Toilette und Telefon-Jetons) den tapferen Touristen beim Überstehen diverser ‚Urlaubskrisen‘. Situationen, in welchen die Dienstleistungskultur des Strandes durch einbrechende ‚Wilderer‘ plötzlich aus den Fugen zu geraten droht, werden von Gian Carlo sofort entschärft: Aufdringliche Strandhändler werden beim Handeln überwacht, zu hohe Gewinne einkassiert und an den deutschen Touristen zurückgeleitet [51:50–52:05].

#### 4.2.4 Die *Kultur der Ziel-Region* im Film als Rückzugsgebiet der Einheimischen

Die Lerner-Kleingruppe 4 schließlich hat sich mit folgendem Komplex an Arbeits-/ Beobachtungsaufgaben zu beschäftigen:

- Finden Sie Motive der eigentlichen *Kultur der* italienischen *Ziel-Region* im Film.
- In welchen ‚Rückzugsgebieten‘ kann sie sich entfalten?
- Kommen die Deutschen mit ihr in Berührung? Wenn ja, wie verhalten sich diese beim Kontakt mit ihr? Wie verhalten sich dabei die Italiener?
- Erkennen Sie Auswirkungen des Massentourismus auf die Landeskultur?

Als personifizierte Repräsentanten der authentischen Kultur der Ziel-Region sollte den Lernern zum einen eine mehrfach auftretende vierköpfige italienische Familie auffallen, die vorsichtig mit den deutschen Touristen in Kontakt zu treten versucht und durchweg ruppige Reaktionen erfährt [19:18–20:52], ferner ein älterer Signore, der in Gian Carlos Arbeitspausen mit diesem Espresso und Zigaretten genießt und als Zeuge des Geschehens über das unentspannte Urlaubsverhalten der Deutschen immer wieder den Kopf schüttelt [54:20–54:28]. Gian Carlo, selbst Rädchen im Gehäuse der Dienstleistungskultur, deutet in einer Sequenz des Filmes gegenüber Irmgard an, dass die echte Kultur italienischer Lebensart nur jenseits der Ferien- und Dienstleistungskultur zu finden sei – auch wenn diese Andeutung wiederum im Rahmen seiner Rolle als italienischer Animateur der Dienstleistungskultur erfolgt:

- Gian Carlo: Sie kommen heute Abend nicht zur Miss-Wahl Paradiso?  
Irmgard: Heute Abend?  
Gian Carlo: Ja, heute Abend, Hotel Paradiso.  
Irmgard: Naa, unmöglich, wir haben doch schon alles gepackt, wir fahren heute Nacht, ganz durch.  
[...]  
Gian Carlo: Sie bleiben da, und Sie werden Königin!

Irmgard: Ich – ?  
Gian Carlo: Erster Preis, Miss Paradiso – 15 Tage Italien, können Sie bleiben. Aber nicht so wie hier in diesem Scheiß [Er weist auf den verschmutzten Strand und die unschönen Bettenburgen im Hintergrund], sondern elegant in einem Palazzo mit piscina und alles, und ich komm Sie besuchen [43:06–43:40].

Zur Kultur der Ziel-Region gehört auch die feurige Violetta, die mit anderen Italienern am Strand Frisbee spielt. Ihr kann sich Erwin allerdings nur im Traum nähern, in der realen Welt ist sie für ihn sprachlich wie kulturell genauso unerreichbar, wie das abgeschottete Luxus-Ristorante di categoria sich in Erwins Tagtraum zunächst gegen deutsche Touristen versperrt: Der Massen-Tourist wird durch den Portier abgewimmelt, erst die Bekanntschaft zu Violetta ermöglicht ihm den Eintritt ins Restaurant, das mit dem Speiseangebot einer Pizzeria nicht dienen kann und auch Spaghetti mit Tomatensoße eher widerwillig serviert [0:38:34–0:39:11]. Erwin selbst offenbart in seinem Geständnis an Violetta, dass sich die italienische Zielkultur jenseits der Dienstleistungskultur weitgehend vor Angehörigen der deutschen Ferien-Kultur verschließe und man als Deutscher in Italien meist Deutsche, kaum aber Italiener kennen lerne (vgl. Kap. 4.3.1).

Ein für seine deutsche Umgebung ungewöhnlich sensibles Einfühlungsvermögen in die mediterrane Umgebung, ein Maximum an innerer Annäherung an die Kultur der Ziel-Region fernab der Ferien-Kultur des verschmutzten Touristen-Strandes, beweist dagegen der Jacht-Besitzer von Bornstedt, in dessen Monolog gegenüber Irmgard sich ein fundiertes Bewusstsein von Italien als alte Kulturnation (Weinkultur, mythologische Details, Etrusker) widerspiegelt. Doch trotz dieses tieferen Verständnisses lässt auch er sich am Ende seiner Ausführungen in stereotype Bedürfnisse der deutschen Ferien-Kultur ‚zurückfallen‘:

Von Bornstedt: Schauen Sie sich um, hier auf dem Tyrrhenischen Meer hält Chronos den Atem an. Ich bin seit drei Monaten hier, aber mir ist, als wäre ich immer schon hier gewesen. [...] Hören Sie diese Stille, schauen Sie diese Weite, atmen Sie diese Frische. [...] In diesem Wein ist das Blut der Etrusker. Die gekelterte Weisheit von 4000 Jahren mediterranerer Kultur. Damit hat dieses Volk der Menschheit ein unschätzbares Geschenk vermacht. Hier auf dem Meer lebt sich's mit der Natur im Einklang. Einfach und zufrieden. Mir geht nichts ab. Was mir hier fehlt, Irmgard, sind keine Menschen. Nur von Zeit zu Zeit überkommt mich die Sehnsucht nach einem richtigen, würzig duftenden herzhaften Stück deutschen Schwarzbrot! [1:05:58–1:07:08].

Auswirkungen der massentouristischen Ferien-Kultur auf die Kultur der Ziel-Region Italien manifestieren sich zum einen in einer massiven Umweltbelastung, deren Exponenten u. a. im Meer schwimmender Kot [30:50–31:25], im Sand vergrabene Gummireifen [06:52–07:05] und am Strand angeschwemmte Schweineköpfe, Relikte deutscher Geselligkeit [53:10–53:55], aber auch extreme Lärmbelästigung durch Motorräder und laute Musik am Strand [30:14–30:36] sind. Zum anderen sind auch Fälle einer regelrechten Verdrängung der Einheimischen aus gewissen räumlichen Sphären, die von deutschen Touristen okkupiert werden, zu beobachten. Dies geschieht sowohl im Rahmen der Ferien-Kultur – etwa durch den Aufkauf ganzer Villenviertel durch Deutsche –

Eigenbrodt: Hier wohnen übrigens ausschließlich Deutsche. [...] Italiener lassen wir – speziell hier – überhaupt nicht mehr 'rein [23:38–23:45].

– wie auch im Rahmen der Dienstleistungskultur, wenn Einheimische durch deutsche Speisekarten und Gerichte buchstäblich aus den Strand-Restaurants vergrault werden (vgl. Kap. 4.3.2).

#### 4.3 Phase 3: Auswertung, Diskussion und Vertiefung des Themas

In der folgenden 90-minütigen Unterrichtsphase, die zeitlich eine Woche später stattfinden sollte, damit die Klein-Gruppen genug Zeit haben, intern ihre Beobachtungsergebnisse zu diskutieren und zusammenzufassen, sind die Gruppen aufgerufen, ihre im Rahmen der Arbeitsaufträge gewonnenen Einsichten im Plenum zu präsentieren. Fehlendes oder nicht Verstandenes kann durch andere Lerner bzw. den Lehrer ergänzt werden.

Dabei sollten die einzelnen Gruppen anhand erkannter relevanter Belegstellen aus dem Film zu folgenden (möglichen) Einsichten gekommen sein: Die Lerner-Gruppe 1 sollte erkannt haben, dass der Ausbruch aus dem Alltagstrott die primäre Reise-Motivation der deutschen Hauptakteure darstellt. Von Erwin hat man erfahren, er arbeite „in der Bayerischen Landesboden-Kreditanstalt, in der Giro-Zentrale in der Filiale Dachau“ [14:29–14:40] – eine Tätigkeit, die nicht gerade auf einen aufregenden Berufsalltag schließen lässt. Neben der Annahme dieser Fluchtthese sollte ferner erkannt worden sein, dass das Fremde des Urlaubsortes von den Löfflers nur in ‚wohl dosierten‘ Mengen und unter Integration von Heimisch-Bekanntem angenommen wird. Es geht um die permanente Suche nach der Balance zwischen Vertrautem und Fremdem vor dem Hintergrund der Frage: Wie viel Fremdes kann ich/man vertragen? Im Falle der Löfflers scheinen die Unwägbarkeiten des Fremden angesichts der Dominanz zahlreicher Attribute der Kultur der eigenen Quell-Region allerdings nahezu auf Null reduziert.

Die Lerner-Gruppe 2 sollte demgegenüber das Fazit ziehen können, dass die Deutschen am Strand von Terracina Italien als grundsätzlich ‚anders‘ wahrnehmen. Dies entspricht dem Reisemotiv des Exotismus. Dieses ständige Gefühl des Fremdseins verursacht in ihren Köpfen einen permanenten Bedarf an Ordnung, der sich in Form von Abwertung, Verklärung und der Sicht des Fremden als Bedrohung äußert.

Mögliche Einsichten der Lerner-Gruppe 3 könnten sein, dass die italienischen Dienstleister für ihre Gäste eine geschlossene Sonderwelt kreieren, eine so genannte ‚tourist bubble‘. Damit kommen sie dem Bedürfnis der Deutschen nach Kontrolle des sie umgebenden Fremden entgegen. Sie selbst spielen jeweils eine Rolle, die nach strengen Regeln bzw. Regieanweisungen abläuft und aus der man nicht fallen darf. Belegstellen für Äußerungen der Verwunderung, des Missfallens oder sogar Ärgerns über eklatante Auswüchse deutschen Urlaubsverhaltens sind dementsprechend selten und nur vom Filmpublikum wahrzunehmen.

Die vierte Lerner-Gruppe schließlich sollte resümierend die weitgehende Segregation der jeweiligen Kultur der Ziel-Region und der Ferien-Kultur erkannt haben. Erstere figuriert als Rückzugsgebiet für die Einheimischen. Letztlich kann man auch auf einen mangelnden Willen der Touristen zur Begegnung mit ihr schließen, denn die einzigen Konfrontationen mit ihr vollziehen sich nur in den Tagträumen der Löfflers. Es handelt sich dabei also nur um unbewusste Willensakte, die gleichzeitig vom Wissen um ihre Aussichtslosigkeit geprägt sind.

Ist man inhaltlich an diesem Punkt angekommen, empfiehlt es sich, im Anschluss zur Vertiefung zwei interkulturell besonders gehaltvolle Sequenzen des Filmes ein zweites Mal vorzuführen, welche die Konfrontation verschiedener Kultur-Formen im Rahmen touristischer Fremdaufenthalte in besonderer Weise verdeutlichen, um die Schwierigkeit des Balanceaktes der im Tourismus beschäftigten Einheimischen herauszuarbeiten. Aufgrund des hohen Stellenwertes, den kulinarische Nöte und Genüsse im ganzen Film einnehmen, handelt es sich in der vorliegenden didaktischen Skizze nicht von ungefähr um die zwei Restaurant-Szenen des Spielfilms.

#### 4.3.1 Sequenz 1: *Violetta* (Ferien-Kultur vs. Kultur der Ziel-Region)

Die Szene *Violetta* zeigt den missglückten Auftritt des deutschen Touristen Erwin Löffler auf dem Parkett des ‚echten Italien‘. Erwin liegt am Strand, schließt die Augen und begibt sich mit der schönen Italienerin Violetta in Gedanken zum Mittagessen in die Sphäre der Kultur der Ziel-Region. Der Tagtraum als gewählter Erzählrahmen verdeutlicht die (zum Teil unbewusste) Sehnsucht des Touristen nach dem Erleben des ‚wahren Italien‘, setzt der Erfüllung dieser Sehnsucht im Sinne des Traumhaften als unrealistische Wunschvorstellung jedoch schon formal enge Grenzen. Nur durch die mit Sprache und Landeskultur vertraute Violetta erhält Erwin Zutritt zur Kultur der Ziel-Region – ihr gelten auch seine erotischen Phantasien. Sowohl der Wunsch

nach authentischem fremdkulturellem Erleben als auch das erotische Begehren kann hier als Erweiterung, Ergänzung und Vervollkommnung des Eigenen aufgefasst werden.

Erwin ist sichtlich erstaunt, als er ungewohntes Terrain außerhalb der Dienstleistungs-kultur betritt. Die Raumgestaltung des Restaurants, das er mit seiner Begleiterin betritt, zeugt von gehobenem italienischen Einrichtungsstil. Ein Geistlicher – eine der Dienstleistungs-kultur völlig fremde Person – ist als Gast anwesend, das Personal spricht mehr Italienisch als gewohnt und die ihm unbekanntem angebotenen Spezialitäten muss Erwin mit offenem Unverständnis quittieren.

Das Fremde tritt Erwin hier also nicht länger – wie für die Ferien-Kultur typisch – ‚touristisch weichgespült‘ entgegen. Diese Situation begreift er einerseits als willkommene Gelegenheit, wenn er etwa gegenüber Violetta seiner Freude Ausdruck verleiht, in Italien endlich eine Italienerin kennen zu lernen:

Erwin:            Dass ich Dich hier so kennen lerne... Hähä! Ich fahr ja schon häufig nach Italien. Ich war schon sechs, sieben mal in Italien. Da ist Südtirol noch gar nicht mitgerechnet. Ich hab immer nur Deutsche kennen gelernt in Italien. So ein Glück, dass man so was einfach hier kennen lernt. Das muss gefeiert werden! [39:11–39:33].

Andererseits löst die ungewohnte Konstellation sichtlich Überforderung und Verunsicherung aus. Aus Sicht Erwins ‚funktionieren‘ die Italiener nicht mehr wie gewohnt, sie lassen das ihm vom Strand so vertraute Entgegenkommen vermissen.

Die Italiener ihrerseits empfinden Erwins Gegenwart als Eindringen in ihre Sphäre und versuchen ihren Rückzugsraum zunächst gegenüber dem Touristen abzuschotten: Mit den Worten „Mi dispiace, tutto occupato. Es tut mir leid, alles belegt!“<sup>1</sup> [35:16–39:35] will der Portier Erwin abwimmeln, als er dessen deutsches Nummernschild identifiziert. Man befindet sich schließlich in der eigenen, der Kultur der Ziel-Region und fühlt sich also nur noch beschränkt dazu verpflichtet, gegenüber dem Touristen jene Rolle zu spielen, die einem die Dienstleistungskultur vorschreibt. So macht sich der diensthabende Signore an der Rezeption etwa auf Italienisch mit Violetta über die Unbeholfenheit des deutschen Gastes lustig [36:51–36:54] und straft dessen Ignoranz gegenüber den angebotenen italienischen Spezialitäten durch das demonstrative Servieren einer (nicht bestellten) Flasche Tomaten-Ketchup zu den Spaghetti, auf welchen der Gast bestanden hat. So wird dem Fremden unverhohlen gezeigt, was man von seinem barbarisch-unbeholfenen Verhalten auf dem noblen Parkett italienischer Kultur hält.

1 Diese Zurückweisung, wenngleich nun in korrektem Italienisch und nun ihn selbst betreffend, ist Erwin als „Tutto occupando!“ aus seinem eigenen abweisenden Strand-Verhalten gegenüber italienischen Badegästen wohl bekannt (vgl. Kap. 4.2.2).

Dass der Eintritt in die Zielkultur eine Rollen- und Verhaltensänderung seinerseits erforderlich machen würde, erkennt Erwin indes nicht. Er hält weiterhin an der ihm vertrauten Rolle als Tourist in der Ferien-Kultur fest. So bestellt er etwa – interkulturell wenig sensibel – ‚seinen‘ Jägermeister sowie einen französischen Wein und besteht stur auf Gerichten, die er für ‚typisch italienisch‘ hält:

Erwin: Sie werden doch a Pizza herbringen, wir sind ja schließlich hier in Italien. [...] Ham S’ wenigstens an Spaghetti – mit Tomatensauce?“ [38:42–38:55].

Dem Fremden begegnet er ambivalent mit Erhöhung und Abwertung. So bekennt er gegenüber Violetta:

Erwin: Was ich an Euch Italienern so bewundere, das ist Euer südländisches Temperament. Wir Deutschen, wir sind, also... uns fehlt da doch a bisserl die Anmut... [40: 57–41:17].

Gegenüber dem Portier äußert er dagegen: „Wir hätten gern ein Doppelzimmer bitte, mit fließendem heißen und kalten Wasser“ [36:14–36:18], womit er unverholen das ihm inhärente Bild von einem unterentwickelten Gastgeberland preisgibt, in dem solche Wünsche nicht selbstverständlich bedient werden können.

Einzelne bescheidene Versuche, sich auf die Zielkultur einzulassen, scheitern kläglich. Das Wort ‚Stammtisch‘ übersetzt Erwin wenig Verständnis fördernd mit „tavolo amico“ [38:00–38:08]. Sichtlich stolz bringt er seine in Wahrheit dürftigen Sprach- und Kulturkenntnisse an den Mann, als der dem Kellner, der widerwillig seine Spaghetti-Bestellung aufgenommen hat, ein (überflüssiges) „Aber: al dente“ [39:09–39:10] hinterher schleudert.

Der Auftritt deutscher Touristen, Strandnachbarn der Wirklichkeit, die sich sehr zum Missfallen Erwins zu seinem Rendezvous gesellen, kündigt bereits vom Ende des kurzen Ausflugs in die Kultur der Ziel-Region. Die unausweichliche Realität des ‚Teutonen-Grills‘ holt Erwin ein, als er Violetta gerade seine intimsten Sehnsüchte offenbaren will, und er findet sich am Strand wieder.

#### 4.3.2 Sequenz 2: *Mahlzeit* (Kultur der Ziel-Region vs. Dienstleistungskultur – Ferien-Kultur vs. Kultur der Ziel-Region)

Die zweite eingehend zu analysierende Szene ist diejenige, in der Familie Löffler ihre Abschiedsmahl im Ristorante ‚Schwarzwaldgrotte‘ einnimmt. Hier prallt – sozusagen als Vorspiel – zunächst die Kultur der Ziel-Region mit der Dienstleistungskultur zusammen. Da die Speisekarte auf Deutsch verfasst ist und ausschließlich deutsche Spezialitäten (u. a. Rindsroulade, Kraut, Leberkäse, Haxe, Weißbier und Jägermeister) aufzubieten hat, muss der Kellner italienischen Gästen

das Menü übersetzen bzw. die jeweiligen Bestandteile des Gerichtes nennen. Das rein auf Deutsche abgestimmte Angebot vertreibt die Italiener schließlich [55:28–56:13]. Hier wird v. a. die absolute Selbstverleugnung der eigenen Kultur durch die im Tourismus Beschäftigten deutlich.

Als die Löfflers den freigewordenen Tisch besetzt haben, kommt es zum Zusammenprall der deutschen Ferien-Kultur mit der Kultur der Ziel-Region [58:00–1:00:13]: Am Abschluss-tag will sich Familie Löffler ausdrücklich „was B’sonders“ (d. h. ‚typisch Italienisches‘) im Restaurant gönnen. Im Rahmen der Ferien-Kultur wagt man also tollkühn einen bisher nicht vollzogenen Schritt in Richtung der Kultur der Ziel-Region, lässt das sichere Terrain der sonst offenbar bevorzugten Gerichte Leberkäse und Haxe hinter sich und überschreitet, nun sogar Pizza und Spaghetti hinter sich lassend, den eigenen Horizont. Allein das Weißbier in Erwins Hand gibt diesem gewissermaßen noch teilweise das Gefühl, den festen Boden der Kultur seiner Quell-Region unter den Füßen zu spüren.

Dieses bis zu diesem Zeitpunkt unerhörte Sich-Einlassen auf die Kultur der Ziel-Region, diese ‚Risikobereitschaft‘ wird aus Sicht der Löfflers nicht belohnt: Das Ehepaar erweist sich als unfähig, die italienisch zubereiteten Meeresfrüchte der bestellten ‚Poseidon-Platte‘, namentlich einen Hummer, kunstgerecht zu zerlegen und zu verspeisen. Erwins Frage: „Sie, Herr Ober, was is’n da zum Essen d’ran?“ [58:46–58:50] weist ihn – wie schon in der *Violetta*-Sequenz – nicht eben als weltgewandten Gourmet aus. Dass man die Tranchier-Anweisungen des Kellners (dem hier wie schon bei der Bestellung der Löfflers ein Lächeln erstaunter Freude über die ungewohnte kulinarische Aufgeschlossenheit der deutschen Gäste über das Gesicht läuft) letztlich nicht weiter berücksichtigt, zeugt davon, dass dies alles den Löfflers im Rahmen ihrer Ferien-Kultur nun bereits zu viel an Bemühung und Anstrengung bedeutet: Man hatte sich einfach etwas anderes vorgestellt und ist schon wieder dabei, enttäuscht den Rückzug anzutreten. Schließlich schielt man wieder neidisch auf die Schweinshaxe der deutschen Nachbarn am Nebentisch und isst schließlich dem eigenen Sohn die Pommes Frites weg, die dieser glücklicherweise bestellt hatte.

- Irmgard: Herr Ober, des könnten S’ wieder mitnehmen.  
Kellner: Hat nicht geschmeckt? Aber ist alles frisch!  
Erwin: Des kann schon sein, aber wir hätten doch lieber die Haxe nehmen sollen.  
Irmgard: Wir ham halt gedacht, heut an unserm letzten Tag, gell... Aber es is halt net jedermanns Geschmack! [59:20–59:30]

„So ein Schmarren!“ ist am Ende Erwins Gesamtfazit des kühnen aber gescheiterten Versuchs, sich der Kultur der Ziel-Region Italien in entscheidender Weise zu nähern.

#### 4.4 Phase 4: Transfer-Aufgaben

Die Schwierigkeit des Balance-Aktes zwischen den kulturellen Ansprüchen aller Beteiligten sollte den Lernern zu diesem Zeitpunkt klar geworden sein. Nun, etwa im letzten Viertel der zweiten Unterrichtseinheit, sollte sich eine Anzahl von Transfer-Aufgaben anschließen. Hat sich der aus der Filmhandlung nachvollzogene Culture-clash bisher zwischen zwei aus Lerner-Sicht fremden Kulturkreisen abgespielt, gilt es nun, die gewonnenen Einsichten per Transfer auf die eigene Kultur zu übertragen. Mögliche Aufgabenstellungen, die z. T. außerhalb des Unterrichts vorbereitet und/oder durchgeführt werden sollen, könnten wie folgt aussehen:

- *Rollenspiele*: Ausgewählte Szenen des Films *man spricht deutsch*, in welchen es zur Konfrontation zwischen den Kultur-Formen des Modells von THIEM (2001) kommt (vgl. z. B. 4.3.1 und 4.3.2) können herausgegriffen und von den Lernern neuinszeniert werden, wobei für die kritischen Stellen Verbesserungsmöglichkeiten zu erarbeiten sind. So könnte etwa im ersten Abschnitt der *Mahlzeit*-Sequenz eine konsequente Zwei- oder Mehrsprachigkeit der Speisekarte einen Konflikt zwischen der Kultur der Ziel-Region und der Dienstleistungskultur verhindern oder zumindest dämpfen.
- *Gaststätten-Recherche*: Der in Bratislava bekannte ‚1st Slovak Pub‘ legt Wert auf die Vermittlung eines laut eigenen Angaben „geschichtsbewussten und zugleich möglichst authentischen“ Slowakei-Bildes. Neben ausländischen Gästen wird das Lokal auch von Einheimischen frequentiert. Jeder Raum des Pubs ist einer bedeutenden Gestalt der slowakischen Geschichte und Mythologie gewidmet. An den Wänden der rustikal ausgestatteten Gaststuben finden sich Fresken, Ölbilder, Gedichte und Prosa-Texte zu wichtigen Ereignissen und Persönlichkeiten der slowakischen Geschichte. Die Lerner könnten in einer Umfrage unter den Pub-Besuchern ermitteln, wie authentisch oder klischeehaft Einheimische bzw. Touristen das vermittelte Slowakei-Bild erleben. Mögliche Leit-Fragen dabei könnten lauten: Lassen sich die gesammelten Ergebnisse der Gruppe der Touristen einerseits und der Gruppe der Einheimischen andererseits zuordnen? Welche Elemente eines Slowakei-Bildes werden mit der Raumgestaltung nicht abgedeckt?
- *Dienstleistungs-Scan*: Die Lerner könnten in touristischen Zentren ihrer Region/ ihres Landes (Prag/Bratislava/Budapest/Ljubljana ...) in Teams mit dem Auftrag ausschwärmen, Beispiele der eigenen Dienstleistungskultur (gegenüber deutschsprachigen Touristen) zu entdecken, zu sammeln (Fotos, Prospekte etc.), zu dokumentieren und zu bewerten. Ausgehend von der Grundfrage nach der touristischen Inszenierung der jeweiligen Region könnten folgende Fragen

recherchiert werden: Gibt es Einrichtungen bzw. Angebote, die speziell auf Touristen aus deutschsprachigen Ländern zugeschnitten sind? Welche speziellen Erwartungen sollen mit diesen Angeboten erfüllt werden? Wie werden diese Angebote von den Touristen selbst aufgenommen?

- *Projekt zur Tourismusentwicklung*: Anhand der Reportage von THANEI (2007) können die Lerner zunächst in die Problematik des (zugegebenermaßen selbst herangezüchteten) in den größeren Städten MOEs weit verbreiteten ‚Sauf- und Party-Tourismus‘ und seiner Ruf und Stadtbild schädigenden Folgen eingeführt werden. Lerner-Kleingruppen können nun gemeinsam für das jeweilige städtische Tourismusamt Alternativstrategien entwickeln, die diese problematische Form des Fremdenverkehrs zu überwinden und dafür den Zustrom des Kultur- und Bildungstourismus zu fördern vermögen.

### Anhang: Weitere Film-Empfehlungen zum Thema

- Die Piefke-Saga (*Wilfried Dotzel – D/A 1990–1993 – 4 Folgen/5:24*)
- Go, Trabi, go! (*Peter Timm – D/I 1991 – 1:32*)
- Grenzverkehr (*Stefan Betz – D 2005 – 1:30*)
- Tolle Lage (*Sören Voigt – D 1998 – 1:18*)

### Literatur:

- ARNSDORF (1994): Arnsdorf, Dieter. Spielfilmsequenzen im Deutschunterricht – Ein Plädoyer für einen kreativen Umgang mit Video, in: *französisch heute*, 1994, 25, 559–565.
- BAACKE/SCHÄFER/VOLLBRECHT (1994): Baacke, Dieter / Schäfer, Horst / Vollbrecht, Ralf. *Treffpunkt Kino. Daten und Materialien zum Verhältnis von Jugend und Kino*. Weinheim: Juventa 1994.
- BADDOCK (1989): Baddock, Barry. Using Cinema Films in Foreign Language Teaching, in: *Praxis des neusprachlichen Unterrichts*, 1989, 36, 270–277.
- BLAHAK (2006): Blahak, Boris. Interaktive Landeskunde-Vermittlung mittels polynationaler Spielfilm-Workshops. Ein Praxisbeispiel zum Thema „Fremde in Deutschland – Deutsche in der Fremde“, in: *Brünner Hefte zur Didaktik, Sprach- und Literaturwissenschaft 2* (= Sborník prací pedagogické fakulty Masarykovy univerzity v Brně 199). Brno: Masarykova univerzita 2006, 15–29.
- BLAHAK (2007): Blahak, Boris. ‚Fünf-Minuten-Dramen‘ als Konzept dramatischen Gestaltens aus fremdsprachendidaktischer Sicht, in: *Lingua viva 5*. České Budějovice: Katedry jazyků Jihočeské univerzity, 2007, 7–24.
- BLELL/LÜTGE (2004): Blell, Gabriele / Lütge, Christiane. Sehen, Hören, Verstehen und Handeln. Filme im Fremdsprachenunterricht, in: *Praxis Fremdsprachenunterricht*, 2004, 1, 402–405, 430.
- BURGER (1995): Burger, Günter. Fiktionale Filme im fortgeschrittenen Fremdsprachenunterricht, in: *Die Neueren Sprachen*, 1995, 94, 592–608.

- BURGER (1998): Burger, Günter. Die Arbeit mit einem Spielfilm im fortgeschrittenen Fremdsprachenunterricht, in: Jung, Udo O. H. (Hg.): *Praktische Handreichung für Fremdsprachenlehrer*. Frankfurt a. M.: Lang, 2. Aufl., 1998, 202–207.
- DION/LÜSENBRINK (2003): Dion, Robert / Lüssenbrink, Hans-Jürgen. Interkulturalität im Film – am Beispiel von Xala (Senegal) und La dérouté (Québec), in: Lüssenbrink, Hans-Jürgen / Walter, Klaus Peter (Hg.): *Interkulturelle Medienanalyse. Methoden und Fallbeispiele aus den romanischen Kulturen des 19. und 20. Jahrhunderts* (= Saarbrückener Studien zur Interkulturellen Kommunikation mit Schwerpunkt Frankreich/Deutschland 6). St. Ingelbert: Rührig Universitätsverlag, 2003, 189–210.
- GAST/ULBRICH/WACHTEL (1987): Gast, Wolfgang / Ulbrich, Klaus-Peter / Wachtel, Martin (1987): Spielfilme als Medien interkulturellen Lernens. Am Beispiel von Hark Bohms „Moritz, lieber Moritz“, in: *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache*, 1987, 13, 276–295.
- GRINDHAMMER (1994): Grindhammer, Lucille. An animated Macbeth in the Intermediate – Advanced English Language Classroom, in: *Praxis des neusprachlichen Unterrichts*, 1994, 41, 264–270.
- GROTH (2003): Groth, Sibylle. *Bilder vom Fremden. Zur Konstruktion kultureller Stereotypen im Film*. Marburg: Tectum, 2003.
- GÜGOLD (1991): Gügold, Barbara. Zur Theorie und Praxis der Arbeit mit Video im Bereich Deutsch als Fremdsprache, in: *Info DaF*, 1991, 18, 1, 34–39.
- GUSE (2007): Guse, Anette. Das Medium Spielfilm im DaF-Unterricht: Chancen zur Kommunikation und interkulturellen Wahrnehmung, in: Lorey, Christoph / Rieger, Caroline L. (Hg.): *Interkulturelle Kompetenzen im Fremdsprachenunterricht / Intercultural Literacies and German in the Classroom. Festschrift für Manfred Prokop*. Tübingen: Gunter Narr, 2007, 223–243.
- HICKETIER (1995): Hicketier, Knut. Zwischen Abwehr und Umarmung. Die Konstruktion des anderen in Filmen, in: Karpf, Ernst (Hg.): „Getrükte Bilder“: *Zur Inszenierung von Fremden im Film* (= Arnoldshainer Filmgespräche 12). Marburg: Schüren Presseverlag, 1995, 21–37.
- KOTTLORZ (1993): Kottlorz, Peter. *Fernsehmodal. Ethnische Strukturen fiktionaler Fernsehunterhaltung*. Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess, 1993.
- LÜSENBRINK/WALTER (2003): Lüssenbrink, Hans-Jürgen / Walter, Klaus Peter. Einführung: Interkulturelle Medienanalyse – Konzepte, Gegenstandsbereiche, Perspektiven, in: Lüssenbrink, Hans-Jürgen / Walter, Klaus Peter (Hg.): *Interkulturelle Medienanalyse. Methoden und Fallbeispiele aus den romanischen Kulturen des 19. und 20. Jahrhunderts* (= Saarbrückener Studien zur Interkulturellen Kommunikation mit Schwerpunkt Frankreich/Deutschland 6). St. Ingelbert: Rührig Universitätsverlag, 2003, 6–23.
- PIBER (2008): Piber, Clemens. „Wir kommen ja alle irgendwie von irgendwoher...“ Grenze und Grenzüberschreitung im Kino. Zur fachdidaktischen Verwendung deutschsprachiger Spielfilmszenen im Lehrbereich Interkulturelle Wirtschaftskommunikation, in: Blahak, Boris / Piber, Clemens (Hg.): *Deutsch als fachbezogene Fremdsprache in Grenzregionen*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2008, 173–188.
- POLT (2003): Polt, Gerhard. *Circus Maximus. Das gesammelte Werk*. Zürich: Kein & Aber, 2. Aufl., 2003.
- SCHWERDTFEGGER (1989): Schwerdtfeger, Inge. *Sehen und verstehen*. Berlin u. a.: Langenscheidt, 1989.

