



„Cooles Deutsch“ in Dänemark auf den Grund gegangen

Farø, Ken Joensen; Jensen, Lene Vinther

Publication date:
2016

Document version
Tidlig version også kaldet pre-print

Citation for published version (APA):
Farø, K. J., & Jensen, L. V. (2016). „Cooles Deutsch“ in Dänemark auf den Grund gegangen.

„Cooles Deutsch“ in Dänemark auf den Grund gegangen



Eine komprimierte Auswahl aus mehr als 500 „cooldeutschen“ Namen dänischer Firmen, Projekte, Bands, Blogs, etc. PR Bilder. Die Datenbank ist durch diesen Link erreichbar: [XXX](#).

Das ewig Deutsche

Kennen Sie den dänischen Film *Die Olsenbande läuft amok* aus dem Jahr 1973? Auf Youtube können Sie die dänische Originalfassung sehen: Benutzen Sie die Suchwörter *Olsenbanden* und *tysker*. Hier gibt sich Bandenführer Egon Olsen für einen Düsseldorfer Monokel und Pelzkragen tragenden Generaldirektor *von Astloch* aus, der sich mit seinem gebieterischen *bitte, bitte, bitte!* mit starker dänischer Aussprache sowie anderen Deutschkünsten Zugang zum Büro des abwesenden Direktor Hallandsen verschafft, während der Spazierstock den Takt auf dem Schreibtisch der Sekretärin schlägt. Sie kriecht aus Angst vor der Macht des eindringenden Pseudodeutschen und seinen beiden in SS-ähnlichen Uniformen gekleideten Kameraden -- dabei spielt der Film in der damaligen Gegenwart. Es ist überaus komisch, wenn die Sekretärin kleinlaut ein "gewesen" nach ihren erfolglosen deutschen Sätzen hinzufügt, in einem verzweiferten Versuch grammatikalisch korrekt zu sprechen. Diese Figur ist typisch für das (volkstümliche) dänische Bild von Deutsch und den Deutschen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. In Wirklichkeit geht es noch weiter zurück.

Wie hängt dieses Bild aber mit dem zusammen, was wir in diesen Jahren sehen, dem so genannten *coolen Deutsch* in Dänemark? Hat dadurch mittlerweile ein fundamentaler Bruch mit diesem traditionellen Deutschstereotyp stattgefunden?

Deutsch hat, wie aus zahlreichen Kommentaren und Beobachtungen in dänischen und deutschen Medien der letzten Jahre ersichtlich, anscheinend einen neuen Status in Dänemark bekommen. Doch was führt überhaupt zur Überlegung, dass das Deutsche zur coolen Sprache in Dänemark geworden ist?

Kopenhagener Café-Namen nur die Spitze des Eisbergs

Vor einiger Zeit bekam die Deutsche Presse-Agentur Wind davon, dass etwas nördlich der Grenze im Gange war. Etwas, was nach erneutem Interesse an Deutsch klang. Die Agentur berichtete von mehreren Kopenhagener Cafés mit deutschen Namen. Diese Geschichte wurde in einer Reihe von deutschsprachigen Medien zitiert. Das ZDF schickte sogar ein Fernsehteam nach Kopenhagen, um Inhaber und Gäste von einigen dieser Cafés zu interviewen, darunter der *Berlin Bar*, *Gefährlich*, *Märkbar* und *Strafbar* sowie *Heidis Bier Bar*. Wir waren als Berater am Set dabei, was uns einen Einblick in die Überlegungen hinter den deutschen Namen gegeben hat. Die Inhaberin der Bar *Gefährlich*, die kein Deutsch sprach, betonte in ihrer Erklärung zum Motiv für den deutschen Namen die Prädikate "cool" und „kantig“. Viele Gäste hatten übrigens keine Ahnung, was der deutsche Name eigentlich bedeutet. Dieser Trend (der bereits 10-15 Jahre alt ist), geht jedoch viel weiter als ein Dutzend Großstadtcafés mit neuen deutschen Namen.

Was ist Cooles Deutsch?

Das Phänomen Cooles Deutsch definieren wir als Deutsch, welches

- unmittelbar vor Anfang des 21. Jahrhunderts bis heute verwendet wird
- in erster Linie von Nicht-Deutschen in Dänemark benutzt wird
- vor allem nicht-deutschen Empfängern gegenüber angewandt wird
- sich meistens auf Einzelwörter, Phrasen und Wendungen beschränkt
- insbesondere Identitätsmarkierung und Marketingzwecken dient.

Viele cooldeutsche Beispiele sind Namen von Unternehmen (z.B. Restaurants und Werbeagenturen: *Zum Biergarten*, *Mensch*), aber auch Bands (*Die Orgelheimers*, *Altmodisch*), Webseiten und Blogs (*Gute Mensch*, *Hippie Hausfrau*) und Produkte (*Bezzerrizzer*). Nicht alle deutschen Namen dieser Art können als "cool" bezeichnet werden. Einige sind bewusst kitschig oder albern, und selbst die coolen Namen sind oft ironisch. Somit ist es nicht die Sprache selbst, die cool ist. Vielmehr ist es eine besondere Anwendung der Namen und sonstigen Ausdrücke, welche die coole Wirkung erzeugt.

Das coole Deutsch unterscheidet sich grundlegend von früheren Anwendungen des Deutschen in Dänemark. Im Gegensatz zu bestehenden deutschen importierten Wörtern wie *fukssvans* (aus *Fuchsschwanz*), *begynde* (aus *beginnen*) und *schæfer* (aus *Schäferhund*), ist das coole Deutsch kaum anlässlich kultureller Einflüsse oder neuer Realphänomene entlehnt.

Popularitäts- versus Aufmerksamkeits-Hypothese

Was sind die Gründe für die Wahl eines deutsch klingenden Namens seitens der Unternehmer? In der bisherigen Diskussion gab es zwei unterschiedliche Ansichten: zum einen seien die deutschen

Namen ein Ausdruck für die zunehmend positive Einstellung der Dänen gegenüber Deutsch und Deutschland. Genannt wurden u.a. Elemente wie Fußball, das kulturelle Leben und Berlin. Zum anderen würden sich die Namen immer noch auf klassischen deutschen Stereotypen, sowohl negativen als auch positiven, stützen. Gleichzeitig wird in diese Analyse einbezogen, dass die Namen oft ironisch sind. Dies macht es problematisch, die deutsche Namenwelle mit einer neuen, rein positiven Einstellung zum Deutschen gleichzusetzen. Unsere Studie, die auf umfangreichem Material beruht, unterstützt vorrangig die Aufmerksamkeitshypothese. Es gibt zu viele Widersprüche unter den Namen, um das Bild einer geänderten, rein positiven Einstellung zum Deutschen in Dänemark beizubehalten, zum Beispiel folgende:

- Auffällig viele Namen sind semantisch negativ: *Strafbar, Verderblich, Zornig, Die Dumme Dänen, Spielverderber*.

- Es liegen auch eine Reihe von Beispielen für regelrechten Kitsch vor: *Heidis Bier Bar, Dänische Doctor Lederhosen Klub, Gewihr*.

- Schließlich kann ein großer Teil der dänisch-deutschen Namen dem Oberbegriff Spiel und Spaß sowie Kreativität zugeordnet werden. Das gilt z.B. für *Weltzscherz, DDR2, Vaerkstadt, Von Dü*.

Doch die Gründe für die Wahl eines deutschen Namens sind nicht nur ironische Hinweise. Einige wollen die stereotype Vorstellung von den effizienten Deutschen ausnutzen. Beispielsweise bietet die Werbeagentur *Vielen Dank* „dänisches Design mit deutscher Gründlichkeit“ an. Aber auch hier ist ein gewisses Augenzwinkern und ein Bezug auf die Stereotypen zu erkennen.

Ebenso in der Gastronomie gibt es Beispiele für einen positiven Gebrauch des Deutschen. So gibt es in Kopenhagen die *Berlin Bar* und die ebenfalls von Berlin inspirierten *Märkbar* und *Café Kreuzberg*. Ein weiterer positiver Verweis auf die deutsche Sprache reicht in die Zeit vor der Belastung des deutsch-dänischen Verhältnisses zurück: *Aufklärung* war bis vor einigen Jahre der Name einer Zeitschrift für deutsche Kultur in Dänemark. Auch *Literaturhaus*, die Band *Blaue Blume* (ein romantisches Motiv), und das Konzert *Zeitgeist* mit einem deutsch-dänischen Thema sind Beispiele für einen nicht-ironischen Umgang mit der deutschen Kultur.

Beliebte deutsche Wortelemente im Coolen Deutsch

Es gibt im Coolen Deutsch eine große Vorliebe für bestimmte Wörter und Wortelemente unter den deutschen Namen. Hier sind die Top Ten:

Nr.	Element	Beispiele
1.	-werk-	<i>Kraftwerket, DITwerk, Werkplatz, Lifewerk, Werkz</i>
2.	-haus-	<i>Hauswerk, Techhaus, Werehaus, Gartenhaus</i>
3.	-frau-	<i>HAUSfrau, Hausfrau de Luxe, Frauenzimmer, Froh und Frau</i>

4.	-wunder-	<i>Wurstwunder, Bare Wunderbar, Wunderelf</i>
5.	-geist-	<i>Kulturgeist, Restaurant Geist, Zeitgeist Film</i>
6.	-mutti-	<i>Muttilove, Hallo Mutti, Muttibadutti, Krea-Mutti</i>
7.	-fein-	<i>Foodfein, Feinsmækker, Magasinet FEIN, Haarfein</i>
8.	-geil	<i>Wundergeil, Kulturgeil, Immergeil, Ganz geil</i>
9.	-mensch-	<i>Moving Mensch, Kafé Mensch, Kellermensch</i>
10.	-gut-	<i>Gutgemacht, Feelgut, Guten Tag, Immergut, Gutemensch</i>

Warum kommen diese Worte in den deutsch-dänischen Namen besonders oft vor? Sie sind einerseits ziemlich durchschaubar für Dänen, während andererseits ihre deutschen Züge unverkennbar sind. Darüber hinaus passt die Bedeutung gut zu den Absendern, Kontexten oder Phänomenen, auf die sich die Namen beziehen. *Werk* wird oft in der kreativen Branche verwendet (z.B. in Texten, Grafiken, in der Musik oder der Kunst). *Gut* und *fein* beziehen sich auf die Qualität, während *haus*, als letztes Glied in einer Zusammensetzung, oft auf eine Lokalisierung hinweist. Auffällig ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern: Die in der Modewelt und in Blognamen sehr beliebten Lexeme *frau* und *mutti* haben keine männlichen Pendanten. Männliche Blogger oder Unternehmer scheinen in diesem Zusammenhang auf den Gegenstand und nicht auf sich selbst zu verweisen (z.B. *frage.dk*, *Wunderelf*, *Durst*).

Sprachmischung

Eine übliche Technik bei den Nutzern des coolen Deutsch ist die Vermischung von Elementen verschiedener Sprachen, wie z.B. in *Ölhalle* („Bierhalle“), *Überlyd* („Übersound“) und *Feinschmager* („Feinschmecker“) Deutsch und Dänisch im selben Wort mischen. Einige Namen vermischen auch Englisch und Deutsch, zum Beispiel *Machineraum*, *Grünbag* und *Oddfischlein*. Im Wort *Hairwerk* kommt es sogar zu einer Mischung aus drei Sprachen: Der erste Teil des Wortes stammt aus dem Englischen; der letzte aus dem Deutschen. Jedoch entspricht die Zusammensetzung lautlich dem dänischen Wort „*hærværk*“ („*Vandalismus*“) was ziemlich auffällig ist für einen Friseur. Die Sprachenmischung zeigt vor allem, dass die Wortbildung auf Eigeninitiative der Nutzer geschieht: Es geht nicht um eine Unterwerfung unter oder überhaupt eine Beeinflussung von der deutschen Sprache, sondern um eine souveräne, selbstständige Funktionalisierung von Fremdsprachenelementen durch Dänen.

„Fehler“ und Hyperdeutsch

Viele der cooldeutschen Namen enthalten offensichtlich Grammatikfehler und Rechtschreibfehler. Zum Beispiel haben *Das Wurst* und *Das Autozug* ein falsches Genus, während die Konstruktion *Das rotes Rabit* Fehler in der Adjektivflexion aufweist. Doch angesichts der Funktion der Namen,

Aufmerksamkeit zu erregen, kann man kaum von sprachlicher Ohnmacht reden, sondern eher von vorsätzlicher Provokation. Die meisten Wortgebilde sind auch gar nicht „echt“ deutsch – das heißt sie existieren nicht im deutschsprachigen Raum – sondern sie sind kreativ zusammengesetzt von Dänischsprachigen. In ähnlicher Form sind *Märkbar*, *Gesvung* und *Zubstanz* keine eigentlichen Fehler, sondern absichtliche Wirkungsmittel: Durch Übertreibung mittels Hinzufügen weiterer (für Dänen) deutschspezifische Züge (z.B. Umlaut, den Buchstaben z, das Präfix *ge-*, Diminutive) erzielt man die gewünschte Wirkung. Wir nennen diese Übertreibung *Hyperdeutsch*.

„Doing German“

Deutsch als cooles Stilelement im Dänischen ist eine relativ neue Schicht im jahrhundertelangen (meist asymmetrischen) Austausch zwischen diesen beiden Nachbarsprachen. Dieses Mal kommt die Initiative von den dänischen Nutzern selbst, die selbstständig deutsche Begriffe, Wortteile, Zeichen und Buchstaben nutzen, um sich selbst, ihr Produkt oder Unternehmen zu profilieren. Der (intendierte) Mehrwert ist aufzufallen und cool zu sein in einer originelleren und mehrdeutigeren Weise als etwa durch englische Lexik. Eine weitere Absicht wäre die Identifikation mit den Tugenden, die Deutsche laut dänischem Stereotyp haben – ohne jedoch auf die dänische Identität zu verzichten.

Das Phänomen *cooles Deutsch* ist nicht notwendigerweise mit einem unkomplizierten, positiven Bild der deutschen Sprache gleichbedeutend. Vielmehr sendet die Verwendung des Deutschen Coolness-Signale durch die Sprache selbst. Wir nennen es *Doing German*, von dem Konzept West & Zimmermans *Doing Gender* inspiriert. Es bedeutet nicht zwangsläufig, dass sich mehr Dänen für die deutsche Sprache interessieren. Deswegen kann man das Phänomen kaum verwenden, um die Temperatur der dänisch-deutschen Beziehungen im Allgemeinen zu nehmen. Die Beziehung zwischen Verhalten, sprachlichem Markieren und wirklichen Interessen ist relativ locker und unergründlich, was auch unsere eigens durchgeführte Umfrage demonstriert. Die Mehrheit der Befragten fühlte keinen positiven Zusammenhang mit der Sprache; dementsprechend fanden es die meisten auch wichtiger, dass sich der Name "gut anhöre", als dass es sprachlich korrekt ist. Grundlegend ist es nicht anders, als wenn stilbewusste Typen mit dem Punk-Look spielen, vielleicht mit Irokesenschnitt und Sicherheitsnadeln ausgestattet, jedoch nicht automatisch das ganze Programm mit sozialer Unangepasstheit, unartikuliertes Brüllen und Trinken bis zur Besinnungslosigkeit mit im Kauf nehmen. Gleichzeitig kommt auch eine Verwendung vom Deutschen in Namen vor, wo das Ziel nicht die coole Selbstdarstellung, sondern Signale von Zuverlässigkeit und Effizienz oder Bildung ist.

Der Abstand zwischen Egon Olsens fieser Deutschenfigur *von Astloch* bis zu coolen deutschen Namen wie *Autobahn* und *Umloud* mag sehr groß scheinen. Aber der Weg ist gar nicht so lang, denn das coole Deutsch geht oft mit Ironie und Humor Hand in Hand.

Associate Professor, Ph.D. Ken Farø und Lene Vinther Jensen,

Universität Kopenhagen, Institut für Anglistik, Germanistik und Romanistik