



Cooler Deutsch auf den Grund gegangen

Version 2.0

Farø, Ken Joensen; Jensen, Lene Vinther

Publication date:
2020

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Document license:
[Ikke-specificeret](#)

Citation for published version (APA):
Farø, K. J., & Jensen, L. V. (2020, jun 24). Cooler Deutsch auf den Grund gegangen: Version 2.0.



Cooler Deutsch auf den Grund gegangen

Version 2.0

Farø, Ken Joensen; Jensen, Lene Vinther

Publication date:
2020

Citation for published version (APA):
Farø, K. J., & Jensen, L. V. (2020, jun 24). Cooler Deutsch auf den Grund gegangen: Version 2.0.

Das „Coole Deutsch“ in Dänemark auf den Grund gegangen

Was steckt hinter den deutschklingenden Namen dänischer Firmen?



Eine komprimierte Auswahl aus mehr als 600 „cooldeutschen“ Namen dänischer Firmen, Projekte, Bands, Blogs, etc. PR-Bilder. Die gesamte Sammlung finden Sie im Internet mit der Suche „Cool tysk“ + Farø“.

Ist Deutsch jetzt eine coole Sprache in Dänemark?

Deutsche Sprache, schwere – und verpönte – Sprache? Deutsch als Fremdsprache ist, wie Sie sicher wissen, zumindest unter Grundschulern im Ausland nicht immer gleich beliebt. Und dies liegt, wie Sie sicher ebenso wissen, nicht nur an der etwas komplizierten Grammatik, sondern auch an der historisch belasteten Beziehung Deutschlands zu seinen Nachbarländern und ehemaligen Kriegsgegnern.

Jetzt hat die deutsche Sprache aber, wie aus zahlreichen Kommentaren und Beobachtungen in dänischen und deutschen Medien der letzten Jahre ersichtlich, anscheinend einen neuen Status in Dänemark bekommen. Anlass zur Überlegung, dass das Deutsche zur coolen Sprache in Dänemark geworden ist, sind Cafénamen wie *Berlin Bar*, *Gefährlich*, *Märkbar* und *Strafbar* sowie *Heidis Bier Bar*.

Als das ZDF vor ein paar Jahren die Sache in Kopenhagen auf den Grund gehen wollte, hat die (nicht deutschsprechende) Inhaberin der Bar *Gefährlich* als Erklärung zum Motiv für den deutschen Namen die Prädikate "cool" und „kantig“ angegeben. Die meisten der Cafégäste haben zwar den Namen als deutsch aufgefasst, hatten aber keine Ahnung, was er eigentlich bedeutet (obwohl der Unterschied zum dänischen Äquivalent *farlig* recht klein ist). Dieser mittlerweile mehr als 20 Jahre alte Trend umfasst jedoch viel mehr als ein Dutzend Großstadtcafés mit deutschen

Namen.

Wir nennen dieses Phänomen *Cooler Deutsch*. Wie hängt aber dieser relativ neue Gebrauch von Deutsch, das wir in seit den 1990er Jahren in Dänemark sehen, mit dem bis dahin verbreiteten Deutschstereotyp zusammen? Um uns diesen anzuschauen, drehen wir erst die Zeit etwa ein halbes Jahrhundert zurück.

Das bisherige stereotype Bild des Deutschen in Dänemark

Erinnern Sie noch an den dänischen Film *Die Olsenbande läuft Amok* aus dem Jahr 1973? Auf YouTube können Sie die dänische Originalfassung von einer interessanten Szene sehen: Benutzen Sie die Suchwörter *Olsenbanden* und *tysker* (dänisch für ‚Deutscher‘). In der deutschen Fassung dieser Szene gibt Bandenführer Egon Olsen sich für einen vornehmen Engländer aus, doch in der Originalfassung spielt er den Düsseldorfer monokel- und pelzkragentragenden Generaldirektor *von Astloch*. Dieser verschafft sich mit seinem gebieterischen *bitte, bitte, bitte!* sowie anderen Deutschkünsten Zugang zum Büro des abwesenden Direktor Hallandsen, während der Spazierstock den Takt auf dem Schreibtisch der Sekretärin schlägt. Diese wiederum 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 verzweifelten Versuch, grammatikalisch korrekt zu sprechen. Generaldirektor von Astloch und seine Helfer sind einige der typischen, volkstümlichen dänischen Bilder von den Deutschen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Andere Stereotype sind beispielsweise mit dem Oktoberfest, der deutschen Verbraucher- und Populärkultur (wie etwa in TV-Werbungen dargestellt) und der Vorstellung vom fleißigen Deutschen verbunden.

Wie hängen diese Stereotype aber mit dem neueren Phänomen, dem *coolen Deutsch*, zusammen? Hat ein fundamentaler Bruch mit dem traditionellen Deutschstereotyp stattgefunden?

Was ist überhaupt „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
- hauptsächlich der 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 (*Bezzerrwizzer*). Nicht alle deutsche Namen dieser Art können als "cool" bezeichnet werden. Einige sind bewusst kitschig oder

* Wir befassen uns in diesem Artikel mit dem Phänomen in Dänemark, wobei es beispielsweise auch in den USA, Norwegen und Polen vorkommt.

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 nicht anlässlich kultureller Einflüsse oder neuer Realphänomene entlehnt.

Popularitäts- versus Aufmerksamkeits-Hypothese

Was sind die Gründe für die Wahl eines deutschklingenden 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 mit Ironie gewählt wurden. Diese macht aber 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 eines geänderten, positiv eingestellten Zugangs 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 ausschließlich 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 sind 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. 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>Mutilove, 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 Pendants. 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. So werden in *Überlyd* („Übersound“) und *Feinschmager* („Feinschmecker“) Deutsch und Dänisch im selben Wort gemischt. Andere Namen kombinieren 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 für einen Friseur ziemlich auffällig ist. 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.

„Fehler“ und Hyperdeutsch

Viele der 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. Viele Wortgebilde sind auch gar nicht „echt“ deutsch – das heißt sie existieren nicht im deutschsprachigen Raum – sondern sie sind von Dänischsprachigen kreativ zusammengesetzt. In ähnlicher Form sind *Märkbar*, *Gesvung* und *Zubstanz* keine eigentlichen Fehler, sondern absichtliche Wirkungsmittel: Durch Übertreibung mittels Hinzufügen weiterer (für Dänen) deutschspezifischer Züge (vor allem Umlaut, den Buchstaben z, das Präfix *ge-* und Diminutive) erzielt man die gewünschte Wirkung. Wir nennen diese Übertreibung *Hyperdeutsch*.

Warum diese neue deutsche Welle im Dänischen?

Deutsch als cooles Stilelement im Dänischen zu verwenden ist eine relativ neue Tendenz im jahrhundertelangen (meist asymmetrischen) Austausch zwischen diesen beiden Nachbarsprachen. Wie erwähnt wurden über die Jahre bereits sehr viele Lehnwörter im Dänischen aus dem Deutschen übernommen. Doch 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 es, in einer originelleren und mehrdeutigeren Weise als etwa durch englische Lexik aufzufallen und dabei cool zu sein. Eine weitere Absicht wäre die Identifikation mit den Tugenden, die Deutsche dem dänischen Stereotyp gemäß haben – ohne jedoch auf die dänische Identität zu verzichten.

Daher ist das Phänomen *cooles Deutsch* nicht notwendigerweise mit einem neuerdings unkomplizierten, positiven Bild der deutschen Sprache gleichbedeutend. Vielmehr werden durch die Verwendung von *coolem Deutsch* Signale gesendet. 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 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 anhört", als dass er sprachlich korrekt ist. Grundlegend ist es nicht anders, als wenn stilbewusste Typen ironisch mit der Mode früherer Jahrzehnte spielen, während diese (noch) von der Mehrzahl als unmodern und mitunter gar unästhetisch empfunden wird. So trugen manche Jugendliche bereits in den 90er Jahren bunt gemusterte Kleider aus den 70er Jahren, und zwar nicht immer ohne Ironie.

Gleichzeitig kommt aber auch eine unironische Verwendung vom Deutschen in Namen vor, wo das Ziel nicht die coole Selbstdarstellung ist, sondern Signale von Zuverlässigkeit und Effizienz oder Bildung – mit Bezug auf andere Deutschstereotypen.

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 meist mit Ironie und Humor Hand in Hand.

Associate Professor Emeritus, Ph.D. Ken Farø and Lene Vinther Jensen, M.A.

Universität Kopenhagen, Institut für Anglistik, Germanistik und Romanistik