



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Wien ist anders!

Die Persistenz und Reproduktion ausgewählter Wiener Stereotype im
individuellen Stereotypenhaushalt und deren Einfluss auf soziale
Interaktionsprozesse

verfasst von | submitted by

Hubert Tastl BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt |
Degree programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 810

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Kultur- und Sozialanthropologie

Betreut von | Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Hermann Mückler

Danksagung

Dank möchte ich insbesondere meinem Betreuer, ao.Univ.-Prof. Mag. Dr.phil. Hermann Mückler, aussprechen ohne dessen Feedback, Input und nette Worte diese Arbeit in dieser Form nicht entstanden wäre. Ebenfalls Dankbar bin ich allen Interviewten und besonders den Begegnungen im Rahmen meiner Feldforschung, die wesentliches zum Erkenntnisgewinn beigetragen haben. *Vor allem anderen* aber gewidmet ist vorliegende Arbeit meinem Vater Hermann. Ruhe in Frieden.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung	6
2.	Theorie	9
2.1.1.	Grundpositionen der Stereotypenforschung: Realistisch vs. Konstruktivistisch und die Kernel-of-Truth-Debatte.....	9
2.1.1.1.	Die „Kernel-of-Truth“-Debatte	10
2.1.2.	Identität = Stereotypen und Stereotypen = Identität?.....	11
2.1.3.	Definition des Arbeitsbegriffes „Stereotyp“	12
2.2.	Die Beständigkeit von Stereotypen	13
2.3.	Die Passive Stereotypen(re)produktion: Wien als mnemotopischer Bezugspunkt für den Stereotypenhaushalt	15
2.3.1.	Die regionale Geschichte als Mnemotop: Bedeutung von Geschichtsbilder, Mythen und „G’schichtln“ als stereotypenkonstituierende Elemente.....	16
2.4.	Wien als mnemotopischer Bezugspunkt für den Stereotypenhaushalt	18
2.4.1.	Bedeutung von Orten und Institutionen für den Stereotypenhaushalt.....	18
2.4.2.	„Starke Charakteren“ als mnemotopische Sozialisationsagenten	20
2.5.	Stereotypen als Abgrenzungsmechanismen	21
2.6.	Die Aktivierung von Stereotypen anhand der Bedeutung der Sprache im Rahmen von sozialen Interaktionsprozessen	23
2.6.1.	Die Theorie der sozialen Identität: Bedeutung von Stereotypen im Rahmen sozialer Interaktionsprozesse	25
3.	Methodik	29
3.1.	Methoden der Datenerhebung	29
3.1.1.	Teilnehmende Beobachtung und Feldforschung	29
3.1.2.	Interviews als Instrument der Datengewinnung.....	30
3.1.2.1.	Informelle/Freie Interviews Respektive Ero-Epische Gespräche (nach R. Girtler).....	31
3.1.2.2.	Leitfadeninterviews	32
3.1.2.3.	Expert*inneninterviews	33
3.1.2.4.	Leitfadeninterviews mit Wiener*innen.....	34
3.2.	Das Kategoriensystem	35
3.2.1.	Die <i>passive</i> Seite der Stereotypen(re-)produktion.....	36
3.2.1.1.	Die Region und das ihr inhärentes Stereotypenangebot: „ <i>Lieux de Mémoire</i> “ als mnemotopische Quelle des Stereotypenhaushaltes	36
3.2.1.2.	Räume als mnemotopische Quellen für den Stereotypenhaushalt	37
3.2.1.3.	Orte als mnemotopische Ankerpunkte des Stereotypenhaushaltes	37
3.2.1.4.	Institutionen als Mnemotope (anhand des Beispiels Bestattungsmuseum)	38

3.2.2.	2. Metakategorie: Die <i>aktive</i> Nutzung von Wiener Stereotypen im Rahmen von Interaktionsprozessen	40
3.2.2.1.	Theorie der sozialen Identität: Der Einfluss von Wiener Stereotypen auf Interaktionsprozesse	40
3.2.2.1.1.1.	Der „direkte soziale Wettbewerb“	41
3.2.2.1.1.2.	Die „Soziale Kreativität“	42
3.2.2.1.1.3.	Änderung der Vergleichsgruppe, anstatt der Dimension	43
4.	Ergebnisse	44
4.1.	Die vielen Facetten des Schmähs: „Schweizer Taschenmesser“ unter den Wiener Stereotypen	45
4.1.1.	Der Schmäh im Zuge von Interaktions- und Kommunikationsprozessen	45
4.1.1.1.	Der Schmäh und die Theorie der sozialen Identität: Der Einfluss des Stereotypes auf Interaktionsprozesse	46
4.1.1.1.1.	Der „direkte soziale Wettbewerb“	47
4.1.1.1.2.	Die „Soziale Kreativität“	48
4.1.1.1.3.	Änderung der Vergleichsgruppe anstatt der Dimension	50
4.1.2.	Der Schmäh als „Auszeichnung“: Ein Stereotyp als Herkunfts- und/oder Identitätsmerkmal	53
4.2.	Wien als „Lieux de Mémoire“ und Quelle des Stereotypenhaushalts	55
4.2.1.	Der Würstelstand: Mnemotop, Ikone und Ankerpunkt des regionalen Identitäts- und Stereotypenhaushalts	55
4.2.1.1.	Ein Ort, der Menschen verbindet: Der Würstelstand und seine Bedeutung als „Gesellschaftstankstelle“	56
4.2.1.2.	Starke Charaktere und der Würstelstand: Ein unzertrennliches Duo	56
4.2.1.3.	Historisch gewachsen: Vom Nahversorger zur „Ikone, Metonym und Metapher“	60
4.2.2.	Institution als Mnemotope - oder: Die Wiener*innen und der Tod.	62
4.2.2.1.	Die mnemotopische Bedeutung der Region, der Geschichte und „G’schichtln“ als Emittent stereotyper Imaginationen: Beispiel Bestattungsmuseum	62
5.	Diskussion	65
5.1.	Schmäh: Die Bedeutung des Stereotyps für die Wiener*innen als weitreichender, durchdringender Stereotypenkomplex	65
5.1.1.	Der Schmäh und die Identität	65
5.1.2.	Der Schmäh und Wiener Dialekt: Untrennbar	67
5.1.3.	Der Schmäh, seine Sprache und seine Reproduktion im Rahmen von Interaktionsprozessen	68
5.2.	Wien und seine „Lieux de Mémoire“: Quellen des Stereotypenhaushalts	71
5.2.1.	Der Würstelstand: Ein Gesamtpaket an Stereotypen	71

5.2.2.	Geschichte, G'schichtln und die Institutionen: Persistenz des stereotypen Todes und des Morbiden in Wien	73
6.	Fazit	75
6.1.	Ergebnisse: Zusammenfassung	75
6.2.	Grenzen der Arbeit & Ausblick	76
7.	Literaturverzeichnis	78
7.1.	TV-BEITRÄGE	84
7.2.	Zeitungsartikel/Magazinbeiträge/Flyer	84
7.3.	Lieder	85

1. EINFÜHRUNG

Vorliegende Arbeit befasst sich, wie man am Titel unschwer erkennen kann, mit Stereotypen. Genauer gesagt: Mit deren Reproduktion und Persistenz regional geprägter Stereotypen. Oder anders gesagt: Woher und in welchen Situationen hat der „g'lernte Wiener“ einen Schmä, was hat es mit der den Hauptstädter*innen nachgesagten klischeehaften Hang zum Tod und zum Morbiden auf sich und warum wird der Würstelstand eigentlich als Stereotyper Vertreter von „Urwiener“ Kulturgut gesehen? Bevor ich diese Fragen als Forschungsgrundlage für vorliegende Masterarbeit herangezogen habe, war der Ausgangspunkt ein ganz, wenn auch nicht minder Wienerisch, anderer. Man stelle sich eine samstägliche laue Sommernacht 2022 im zweiten Wiener *Hieb* (Bezirk) vor: Leicht angetrunken und in geselliger Manier sitzen mehrere *Hawara* (Freunde) im *Grätzl* (teil eines Bezirkes) beieinander, als sich plötzlich ein Fenster zur Gasse hin öffnet: „Kennt's as bissal leisa sei, [merkliche Pause] *eas o'gschittn Trottn!*?“ Wir begannen verständnisvoll zu lachen und dämpften unsere Lautstärke – bis auf einen. Unser Gast aus Mitteldeutschland, der Wien besuchte, konnte seine Verwunderung, ob der Tatsache, dass wir *eigentlich* beleidigt worden sind, nicht verstecken. Daraufhin wurde er von uns Hiesigen auf die lokal geprägte, stereotype Wiener „Kommunikationskultur“ hingewiesen und die Erklärungen lassen sich wie folgt zusammenfassen: „Das war ein Schmä, der hat des ned so bö's g'meint.“; „Des is eben des typische bei uns, man sagt das eine, meint das aber ned so oder meints ,eh anders'.“ Für Dieter ein „Mini Kulturschock“ – für uns selbstverständlich, dass wir uns solche Aussagen nicht zu sehr zu Herzen nehmen, da wir Wiener*innen uns gerne manchmal als „rau mit einem Herz aus Gold“ beschreiben. Der Schmä in der konkreten Situation lässt sich als genaues Gegenteil dessen beschreiben, was Sabine Müller 2012 bereits über den Schmä und sein inhärentes Angebot an Deutungsmustern in Interaktionsprozessen beschreibt:

„Schmä mit einer besonderen Form von Freundlichkeit in Beziehung setzen, etwa mit der Freude, anderen durch galante Worte Erfreuliches zu sagen, wenn auch nur augenzwinkernd. Die Anrede mit „gnädige Frau“, dem noch hinzugefügt wird: „Sie schauen heute wieder entzückend aus“, durch einen freundlichen Verkäufer erfreut, auch wenn die so Titulierte alles andere als „gnädig“ und „entzückend“ sein mag. Aber ihr geht eine Sonne auf und sie ist betört vom Charme dieses Wieners.“ (Müller 2012: 242)

Ähnlich beschreibt es auch ein Interviewter in Ehmayers Forschung: „Ich glaube wir sind eines der Völker, die am besten damit umgehen können etwas zu sagen und das Gegenteil zu meinen und die, die das kennen, **die Regeln kennen**, das auch verstehen.“ (Ehmayer 2003: 21) An meinem konkreten Beispiel und an dem obig angeführten Zitat lässt sich also die grundlegende Ambivalenz, die dem Schmä inhärent ist, wunderbar aufzeigen: Man sagt etwas, was aber gar nicht so gemeint ist – sowohl im positiven, als auch im negativen Sinne. Diese eigentlich komplett banale und nebensächliche Begebenheit hat dann aber doch den (angehenden) Kultur- und Sozialanthropologen in mir angesprochen: Ist an einem lokal-kulturellen Stereotyp und seiner Kraft, Kommunikationsprozesse zu formen respektive diese individuell anders wahrzunehmen und zu beeinflussen dran? Woher kommt der Stereotyp? Warum wird ein Aspekt der regionalen Identität zu einem Stereotypen? Und welche Rolle spielen eine Region/Stadt und ihr Identitätshaushalt und das damit einhergehende Identitätsangebot hier? Wenn man bedenkt, dass einem einzelnen Element des Wiener Stereotypenhaushaltes – dem Schmä beispielsweise – bereits ganze (nicht-wissenschaftliche) Bücher und

Kabarettprogramme gewidmet wurden, aber im akademischen Bereich gleichzeitig „kaum auf nennenswerte Vorarbeiten zurückgegriffen werden kann“ (Müller 2012: 239), böte sich eine Masterarbeit, die dem Thema gewidmet wäre, geradezu an. Darüber hinaus waberte um die Zeit damals die Schlagzeile in den Medien rum, dass Wien (einmal wieder) zur unfreundlichsten Stadt der Welt gekürt wurde – etwas, das – wenn ich die damaligen Reaktionen auf den Sozialen Medien bedenke – eher mit Stolz, statt mit einem Grant, einer gewissen Scham oder ähnlich negativen Gefühlsreaktionen aufgenommen wurde. Darüber hinaus lieferte es mir zusätzliche Motivation dafür eine Begründung zu erarbeiten; respektive zu hinterfragen, wie dieser Widerspruch zwischen „Lebenswertester Stadt“ (Rankings, in denen Wien jedes Jahr Platz 1 oder 2 belegt) und „Unfreundlichster Stadt“ zusammen passen kann. Mein Anfangsverdacht und erster wesentlicher Denkanstoß lieferte jener Moment, welchen ich im Abschnitt davor beschrieben habe: Ein gewisses, regional geprägtes stereotypes Verständnis von Schmäh respektive der Schmäh als Kommunikationsmodus, um Dinge zu umschreiben oder auch „durch die Blume zu sagen“ und der Fähigkeit, zwischen den Zeilen zu lesen und eine sublimale Botschaft richtig zu verstehen. Oder auf uns mit einem Stereotypen zu beschreiben: Ist der Kellner im Caféhaus wirklich so unfreundlich, oder nehmen wir Hauptstädter*innen das aufgrund von Gewohnheit, Sozialisation und einem gewissen, angelernten „Schmähverständnisses“ anders wahr?

Gleichzeitig ist es aber, in Anbetracht der Tatsache, dass akademische Arbeiten in ihrem Umfang logischerweise begrenzt sein müssen, schwer, sich auf einzelne Aspekte festzulegen. Daher steht im Kern dieser Arbeit generell die **zentrale Frage, wie ausgewählte Stereotypen einer Region persistieren und reproduziert werden** können. Diese Frage selbst wiederum ist natürlich zu groß, um sie einfach zu beantworten – es benötigt eine Zerlegung der Frage auf mehrere Teilfragen, die in ihrer Gesamtheit eine vielversprechende mögliche Antwort liefern können. Es war also naheliegend, die Suggestion dieser Frage in mir sinnvoll erscheinende Teilfragen/-dimensionen zu splitten:

1. Wie kann ein regional geprägter Stereotyp Interaktionsprozesse formen/lenken (Wodurch er seine Daseinsberechtigung erhält und somit fortbesteht)?
2. Wie können Orte, die als Stereotyp für eine Region empfunden werden, zu solchen Stereotypen werden bzw. warum eben manche Orte Eingang in einen regionalen Identitäts- und Stereotypenhaushalt bekommen.
3. Und wie können Orte/Institutionen wiederum stereotype Imaginationen **über** eine Region im Identitäts- und Stereotypenhaushalt prägen und reproduzieren?

Parallel zu diesen Ausgangsfragen ist es also unabdingbar, sich mit den grundlegenden Fragen der Stereotypenforschung auseinanderzusetzen; hier ist Hahns Lektüre ein wesentlicher Impulsgeber, der die offenen Fragen der rezenten Stereotypenforschung in 3 Bereiche gliedert und kurz und bündig zusammenfasst (vgl. hierzu Hahn 2017: 142f.):

1. Die erste Ebene, betrifft die Sozialpsychologie (etwas, woran aber auch die vorliegende Arbeit in ihrer theoretischen Konzeption in Form der Theorie der Sozialen Identität Anlehnung nimmt): Hier stellt sich u.a. die Frage, wie Individuen an Stereotypen kommen und **wie sie damit umgehen**.

2. Historiker*innen und Kulturwissenschaftler*innen wiederum widmen sich der Stereotypengeschichte: **Woher** kommen sie? **Was/welche** „historischen Events“ **erzeugen diese**?
3. Politikwissenschaftler*innen, Historiker*innen und Sozialwissenschaftler*innen haben bei Hahn das wohl größte Themengebiet „abgestaubt“ und es sind hier mannigfaltige Teilbereiche der Stereotypenforschung von großen Interesse:
 - Warum (ge)brauchen Gesellschaften Auto-/Heterostereotypen?
 - Welche Rolle spielen sie im Identitätshaushalt einer Gesellschaft?
 - Wie sieht die „Stereotypenküche“ aus?
 - Welche Epochen – (verstärken) welche Stereotype?
 - In welchem Ausmaß korrelieren Stereotypenproduktion, -benutzung und –wirksamkeit (mit innergesellschaftlichen und intragesellschaftlichen Kommunikationsformen und –techniken)?

Die Arbeit ist also, wenn man meine drei Teilfragen den von Hahn angeführten Teilbereichen der Forschung gegenüberstellt, besonders zwischen Punkt 2. und 3. angesiedelt. Um dem Versuch, ein möglichst genaues Bild über gewisse Stereotypenkomplexe Rechnung zu tragen, wird z.B. der Schmah für Hahns „erste Ebene“, die einen sozialpsychologischen Aspekt betont, auch noch eine Schlüsselrolle in der folgenden Arbeit zukommen. Der Schmah wird beispielsweise, in Verschmelzung mit der Theorie der Sozialen Identität (im folgenden Theoriekapitel mehr dazu), als Analyseebene und Betrachtungslinse für stereotypengeprägte Kommunikation und „sozialer Grenzziehungsmechanismus“ dienen. Für meine zweite und dritte Teilfrage dienen andere, Wien nachgesagte Stereotypenaspekte: Anhand des Würstelstandes wird beleuchtet, wie ein Ort stereotyp für eine Region werden kann und anhand des Bestattungsmuseum und der ihm inhärenten stereotypen Todesthematik und Morbidität, wird beleuchtet, wie Institutionen und Geschichte dazu beitragen können, bereits vorhandene Stereotypen weiter zu manifestieren/fortbestehen zu lassen. Aus dem nun dargelegten Anspruch, meinen vorgestellten Teilforschungsfragen und den nach Hahn offenen Bereichen der Stereotypenforschung, möchte ich nun meine finale Forschungsfrage präsentieren:

Was bedingen die Persistenz und Reproduktion ausgewählter, regionaler Stereotypen und welche Bedeutung haben identitär-stereotype Selbstbilder der Region für ihre Individuen?

Bevor ich nun aber das Theoriekapitel eröffne, ist es noch wichtig, zu betonen, dass Wiener Stereotype in dieser Arbeit nicht exklusiv für Wien verstanden werden müssen. Es gibt in vielen Ländern ähnlich gereichte Stereotypenkomplexe über die Hauptstadt und ihre Bewohner*innen, diese beispielsweise reichen diese von kalt/ablehnend, unfreundlich bis hin zu hochnäsig. Trotzdem geht es darum, und darin liegt ein Mehrwert dieser Arbeit, wie **regionale** Stereotypen reproduziert werden respektive wie ein regionales Identitäts- und Stereotypenangebot einander beeinflussen, voneinander abhängen und welche Rolle Stereotypenkomplexe im regionalen aber auch individuellen Identitäts- und Stereotypenhaushalt spielen.

2. THEORIE

„It is not the cultural content enclosed by the boundary, but the boundary itself and the symbolic „border guards“ (language, dress, food, etc.) that perpetuate the community [...]“ (Hutchinson/Smith 1996: 9)

Einleitend möchte ich betonen, dass ich das Theoriekapitel so gestaltet habe, wie es mir am pragmatischsten erschien. Zuerst möchte ich einen allgemeinen theoretischen Überblick über Theorien und Annahmen zu Stereotypen allgemein geben und wie diese mit der Identität zusammenhängen. Anschließend widme ich mich meinem Forschungsvorhaben dienlichen Theorieaspekten – ergo vertiefe ich mich auf spezielle Literatur zu einzelnen Themenpunkten (statt mich mit Standardwerken als Ganzes auseinanderzusetzen). Hier ist es geboten, Einschränkungen zu treffen um einem Ausufern des Themengebiets im Rahmen dieser Arbeit zuvorzukommen und **Beschränkungen auf bestimmte Institutionen, Medien und Stereotyparten als unerlässlich zu betrachten.** Die für die Analyse festgelegten Kategorien werden theoretisch fundiert und es wird erklärt, wie und warum diese beitragen, wesentliche Erkenntnisse zu liefern. Auch war die Frage der Durchführbarkeit zentral, denn es herrscht in der Stereotypenforschung ein starker Hang zu einer psychologisch-kognitiven Erforschung der Stereotypen, was auch der Grund ist, warum im Rahmen dieser Arbeit eine ursprünglich aus der Sozialpsychologie stammende Theorie wichtige theoretische Impulse liefert: die Theorie der Sozialen Identität von Henri Tajfel. Wieso diese sich für meine Arbeit besonders gut eignet, möchte ich in den Worten Geschkes und Frindtes formulieren: „Die sozialwissenschaftliche Bedeutung der Theorie der Sozialen Identität und ihr Potenzial zur Erklärung von Vorurteilen, Diskriminierung und Konflikten zwischen unterschiedlichen sozialen Gruppen und Gemeinschaften. Das heißt, [dass] [...] die Berücksichtigung sozialer Kontexte nicht nur theorieimmanent, sondern die eigentliche Basis für die Theorieprüfung [ist].“ (Geschke/ Frindte 2016: 328) Ein rein deduktives Vorgehen ist allerdings nicht beabsichtigt, da vorliegende Arbeit in ihrem Forschungsumfang auch darauf ausgelegt ist, auch über den induktiven Weg Erkenntnisse zu generieren – dies wird im Verlauf des Theoriekapitels angeschnitten und im Methodenteil vertiefend dargelegt.

2.1.1. Grundpositionen der Stereotypenforschung: Realistisch vs. Konstruktivistisch und die Kernel-of-Truth-Debatte

Selbstverständlich begleitet diese Arbeit eine durchgehende Frage: Sind Stereotypen nun eine gewisser Grad an Wahrheit zuzusprechen oder sind diese „frei aus der Luft gegriffen?“. Es haben sich in der Forschung zwei grundlegende Positionen rausgebildet, welche hier kurz vorgestellt werden, um danach eine kurze Verortung der vorliegenden Arbeit ermöglichen zu können. Wie Berg-Sørensen et al. schreiben, wurde in den “social science as well as in the humanities, [...] common to distinguish between essentialist and constructivist understandings of group identities such as gender, race, and culture.” (Berg-Sørensen/Holtug/Lippert-Rasmussen 2010: 39) Also steht in der Forschung eine realistische einer konstruktivistischen Position gegenüber. Während Vertreter der realistischen Position den „Gehalt von Stereotypen und Vorurteilen an „der“ Realität“ (Thiele 2015: 57) messen, um am Ende entweder zum Ergebnis einer „verzerrte[n] Darstellung“ oder zum „Körnchen Wahrheit“ gelangen. (Thiele 2015: ebd.), interessieren sich Vertreter der konstruktivistischen Position, für die Tradierung und Wirkung von Stereotypen und Vorurteilen.

Da es sich aber bei beiden Positionen um sich gegenseitig ausschließende Positionen handelt, hat sich im Laufe der Zeit noch ein dritter Weg, ein Mittelweg, etabliert, welchen Kai Hafez als „sozialkonstruktivistisch“ oder „rekonstruktivistisch“ bezeichnet. **In diesem Mittelweg möchte ich nun auch meine Arbeit und ihren Grundgedanken einordnen**, welcher im allgemeinen nicht von einer „allgemeingültigen Wahrheit“ diverser Stereotypen ausgeht, sondern die **Bedeutung subjektiv als „wahr“ geltenden Stereotype** im Rahmen von Interaktionsprozessen anerkennt. Ich finde, Kai Hafez Zitat erklärt es kurz und treffend:

„Der rekonstruktivistische Ansatz geht einerseits davon aus, dass natürliche wie auch gesellschaftliche Realität weitgehend unabhängig vom Subjekt (etwa dem Journalisten) existent sind und vom Subjekt rekonstruiert werden können, weil in der Regel Teile der vermittelten Realitätsentwürfe intersubjektiv bestätigt werden können, was überhaupt erst die Basis dafür legt, dass Menschen sich kommunikativ verständigen können, dass jedoch andererseits Realität zu komplex ist, um als Ganzes erfassbar zu sein und daher selektiert, transformiert und insofern tatsächlich konstruiert wird.“ (Hafez 2002: 17)

Dass sich diametral entgegengesetzte Positionen überhaupt erst bilden konnten, scheint ein Kind des wissenschaftlichen Zeitgeistes zu sein, welcher sich erst in den letzten 30 Jahren rausgebildet hat. Martina Thiele, sich auf Charles Stangor (welcher den Perspektivwechsel in der Stereotypenforschung in zeitgeistlichen Entwicklungen im akademischen Bereich, aber auch in der Politik sieht) beziehend, schreibt: „Changes in the approach to a field of inquiry, such as a switch from a focus of inaccuracy to a focus of accuracy, are usually either the outcome of a decline in the utility of the current scientific paradigm or are the result of changes in political and social climate surrounding the researchers.“ (Stangor 1995: 276) Das Klima der „political correctness“ habe dazu beigetragen, dass man für alltägliche Stereotypisierungen mittlerweile zwar sensibilisiert sei, sich inzwischen aber einige Änderungen vollzogen haben, denn „Backlash politics has brought with it an open discussion of the realities on intergroup differences, the explicit inequality of affirmative action programs, and a concern with the impact of true cultural differences on the future of our society.“ (Stangor 1995: 276f.)

2.1.1.1. Die „Kernel-of-Truth“-Debatte

Der oben angeführten 2 absoluten Positionen der Stereotypenforschung, stehen in einem wesentlichen Zusammenhang mit einer übergeordneten Frage, welche im Stereotypenkontext, wohl eine der ersten ist, die einem in den Kopf kommt: nämlich die, ob einem bestimmten Stereotypen einem Körnchen Wahrheit innewohnt. Vorliegende Arbeit hat sich zwar **nicht** der Aufgabe verpflichtet, diesem Aspekt nachzugehen, jedoch werden sich gewisse Schlüsse und Erkenntnisse wohl oder übel auf den ein oder anderen Aspekt stereotyper Elemente als identitätskonstituierende Mechanismen ziehen lassen, welche **in der subjektiven Lebensrealitäten** der Interviewpartner einen gewissen Wahrheitsanspruch genießen und daher für meine Gesprächspartner in ihren persönlichen Alltags- und Identitätsverständnis als wahr gelten.

Doch auch eine versucht objektive Forschung hat sich in den letzten Jahrzehnten zunehmend auf die Frage fokussiert, ob es nun doch „ein Körnchen Wahrheit“¹ gibt, dass Stereotypen innewohnt. Obwohl sich beide

¹ Hier möchte ich auf wesentliche Beiträge zur Diskussion verweisen:

- Ryan, Carey S./Park, Bernadette/Judd, Charles M. (1996): Assessing Stereotype Accuracy: Implications for Understanding the Stereotyping Process. In: Macrae, Neil C./Stangor, Charles/Hewstone, Miles (Hg.): Stereotypes and Stereotyping. New York, London: The Guilford Press, S. 121-157.
- Lee, Yueh-Ting/Jussim, Lee J./McCauley, Clark R. (Hg.) (1995): Stereotype Accuracy. Toward Appreciating Group Experiences. Washington: American Psychological Association.
- Hornsey, Matthew (2008): Kernel of Truth or Motivated Stereotype? Interpreting and Responding to Negative Generalizations About Your Group. In: Kashima, Yoshihisa/Fiedler, Klaus/Freytag, Peter (Hg.): Stereotype Dynamics. Language-based Approaches to the Formation, Maintenance, and Transformation of Stereotypes. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, S. 316-337
- Filipp, Sigrun-Heide/Mayer Anne-Katrin (1999): Bilder des Alters. Altersstereotype und die Beziehung zwischen den Generationen. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.

Positionen in ihrer Betrachtungsweise gegenüber dem Wahrheitsgehalt von Stereotypen grundlegend unterscheiden, eint sie doch die Tatsache, dass „sie die Erfassung der Realität bzw. einen Abgleich mit der Realität prinzipiell für möglich halten.“ (Thiele 2015: 56) Worin sie sich jedoch grundsätzlich unterscheiden, ist die Perspektive der Übereinstimmung mit der Wirklichkeit: „Während die einen den Anteil der Nichtübereinstimmung des Stereotyps mit „der“ Realität hervorheben, betonen die anderen den Anteil der Übereinstimmung.“ (Thiele 2015: ebd.) Vorliegende Arbeit sieht sich durch ihre Natur bedingt, Hafez **sozialkonstruktivistischem Vorschlag zu folgen und somit gängige Wiener Stereotype gar nicht auf „wahr“ oder „unwahr“ zu untersuchen, sondern eine ihnen eine subjektive, für das jeweilige Individuum geltenden Wahrheitsanspruch zuzuerkennen.** Kurzum: Stereotypen werden durch individuelle Abrufung und Nutzung in Alltagssituationen im Rahmen des Identitätshaushalts einer Person zu subjektiv empfundenen realen Aspekten einer Identität und eines Stereotypenverständnisses.

2.1.2. Identität = Stereotypen und Stereotypen = Identität?

„Identities are indeed connected with “given” or “shared” images such as stereotypes, expectations, and roles.“ (Sökefeld 1999: 426)

Für die lesende Person sollte spätestens jetzt klar sein, dass Stereotypen und Identität in einem direkten, sich gegenseitig bedingenden Verhältnis stehen und beeinflussen. Bereits eine Betrachtung eines der wesentlichsten zugrundeliegenden Mechanismen zeigt dies und Hans Henning Hahn trifft den Nagel auf den Kopf, indem er schreibt: „Jede identitäre Veränderung hat Einfluss auf Stereotype, denn Identität findet ihren Ausdruck in Stereotypen, gleichzeitig sind Stereotypen Emanationen von Identität.“ (Hahn 2017: 14) Selbige Annahme findet sich auch bei Jan Assmanns Identitätskonzept wieder, welches besagt, dass Kultur auch immer ein System aus Identität(-en) darstellt, und welche(s) erst Interaktion mit anderen benötigt, um sich selbst zu konstituieren (vgl. Assmann 2005). Somit ist ein direkter Zusammenhang insofern evident, als dass sowohl die Konstituierung von Identität als auch von Stereotypen jeweils ein Gegenüber brauchen, um eine Selbstdefinition zustande zu bringen. Dass sich somit die soziale Welt erst durch „Handlungen in konkreten Interaktionssituationen konstituiert“ (Werlen 1992: 11f), hat auch Benno Werlen, auf Giddens beziehend, festgestellt, womit er meint, dass soziales Handeln im Rahmen von Interaktionsprozessen ebenfalls neben einer identitätsstiftenden/-fördernden Komponente auch eine damit zusammenhängende Aktivierung von Stereotypen (beispielsweise durch Erwartungen oder a priori Annahmen des bzw. an das Gegenüber – Stichwort „*Selbsterfüllende Prophezeiung*“) innehat, welche nach Interaktionskontext unterschiedlich stark ausgeprägt sein kann. Auch Weichhart schlägt in dieselbe Kerbe und betont die Rolle des Identifiziert-werdens durch die soziale Umwelt, welche das Individuum „im Prozess der sozialen Interaktion zur Übernahme der vom Rollensender spezifizierten Erwartungshaltungen“ (Weichhart 1990: 20) nötigt und „nach erfolgter Internalisierung zum selbstverständlichen Bestandteil der Ich-Konzeption werden können“ (Weichhart 1990: ebd.)

Josef Berghold, Elisabeth Menasse und Klaus Ottomeyer unterstreichen den sich gegenseitig bedingenden Zusammenhang zwischen Identität und Stereotypen und betonen die Tatsache, dass das Fremde lediglich ein Konstrukt sei, das nur im Verhältnis zum Eigenen existieren kann und dass Identität „immer auch durch die

Positionierung und Abgrenzung gegenüber dem Anderen, dem Fremden konstruiert“ wird (Berghold/Menasse/Ottomeyer 2000: 7). Daher liegt der Schluss nahe, dass Identität und die sich bietenden theoretischen Betrachtungsmöglichkeiten daher untrennbar mit der Betrachtung und Erforschung von Stereotypen sind und diese wiederum ein Teil jeder Identität (Schönwald 2012: 76).

Dass Stereotype als Mittel zur aktiven Identitätskonstruktion in Interaktionsprozessen eine nicht unwesentliche Rolle spielen, ist besonders evident in Anbetracht der Tatsache, dass „eine Identität, die das Individuum nicht in den Interaktionsprozeß (sic!) eingeführt hat, [...] weder für es selber noch für die anderen wirksam [ist]“ (Krappmann 2000: 168) Krappmann zeigt hier also ebenfalls auf, dass Stereotypen denselben Mechanismen unterliegen wie Identität – sie brauchen nämlich ein Gegenüber als Projektionsfläche. Daher spiegelt sich die Funktion von Stereotypen als Teil des Identitätsprozesses im Sinne eines Grenzziehungsmechanismus wieder. Stereotypen als Grenzziehungsmechanismus zwischen dem Selbst und Fremden, zwischen Individuen, sozialen Gruppen, Gesellschaften oder gar ganzen Ländern sind auch für Hans Henning Hahn evident und erkennt die „verborgene komparative Funktion, also das Fremd- und das Eigenbild miteinander abgleichend“ (Hahn 2017: 146) Was somit augenscheinlich wird, ist, dass Stereotypen eine wesentliche Funktion im Bereich der Konstruktion von individuellen, aber auch kollektiven Identitäten, erfüllen respektive Stereotypen immer auch einen Aspekt eines Identitätshaushaltes darstellen und das „Eigene“ gegen das „Äußere“/„Fremde“ abgrenzen.

2.1.3. Definition des Arbeitsbegriffes „Stereotyp“

Dieser Abschnitt hat den Nutzen, ein grundlegendes Verständnis zu schaffen, wie der Begriff *Stereotyp* in dieser Arbeit zu verstehen ist. Ein großes Problem, mit welchem sich die Stereotypenforschung konfrontiert sieht, ist die Tatsache, dass es bis dato keinen wissenschaftlichen Konsens gibt, der eine zufriedenstellende Definition des Stereotypenbegriffes beinhaltet; oder in zahlreichen wissenschaftlichen Arbeiten gar ganz unterschlagen wird. Martina Thiele meint hierzu: „Ein Blick in die umfangreiche Literatur verschiedener Disziplinen zu Stereotypen und Vorurteilen zeigt, dass auf Begriffsklärungen überwiegend verzichtet wird, und wenn doch Definitionen vorgenommen werden, so zuweilen recht oberflächlich, was zu Uneindeutigkeiten und Widersprüchen führt.“ (Thiele 2015: 23) In Anbetracht dieser konzeptionellen „Zwickmühle“ schien mir die ratsamste Vorgangsweise, einige der gängigen Definitionen in der von mir verwendenden wissenschaftlichen Literatur anzuführen, gemeinsame Nenner zu erkennen und daraus schließlich meine eigene, dieser Arbeit dienliche, Definition des Begriffes zu geben.

Die erste Definition, an welcher ich Anlehnung nehme, ist die aus dem Lexikon zur Soziologie, in welchem der Begriff Stereotyp als „fest gefügte, für lange Zeit gleich bleibende“ und „durch neue Erfahrungen kaum veränderbare [...] positiv oder negativ [...] emotional gefärbte Vorstellung über Personen und Gruppen [...], Ereignisse und Gegenstände [...]“ versteht (Fuchs-Heinritz et al. 2007: 636). Für das anwendende Individuum ergibt sich der Nutzen häufig durch eine Orientierungsfunktion, welche „die Interaktion mit der Umwelt vereinfacht und somit erleichtert.“ (Fuchs-Heinritz et al. 2007: ebd.). Auch David Schneider, Psychologieprofessor und Kognitionswissenschaftler an der Rice University, knüpft an die Orientierungsfunktion an und definiert diese als etwas, was eine Gruppe von Menschen über andere Menschen auf Grundlage *deren* Gruppenmitgliedschaft denken. Dabei handelt es sich also um subjektive Annahmen

respektive Zuschreibungen, welche in ihrer Valenz positiv, neutral oder negativ sein können (vgl. Schneider 2004). In Anbetracht der Orientierungsfunktion für Stereotyp kann man somit durchaus als Grundfunktion im Rahmen von Interaktionen auf die zugrunde liegende Frage verweisen wie „Wo positionier ich mich sozial (respektive im sozialen Gefüge) im Vergleich zu meinem Gegenüber? Welche Rolle(n) nehme ich ein?“ Wenn man nun Eva Hahns und Hans Henning Hahns Definition heranzieht, lässt sich ebenfalls die positive/neutrale/negative Behaftung von Stereotypen feststellen (ohne dabei aber direkt die Orientierungsfunktion zu erwähnen): „Ein Stereotyp stellt eine Aussage dar, und zwar ein (negatives oder positives) Werturteil, das gemeinhin von einer starken Überzeugung getragen wird.“ (Hahn/Hahn 2002: 20)

Was eint nun die vorgestellten Begriffsdefinitionen? Es ist die Vereinfachung und eine durch eine undifferenzierte Betrachtung (Generalisierung) bedingte Nichtübereinstimmung mit einer als objektiv verstandenen Realität (die es per se ohnehin nicht gibt). Dieser Prozess mündet in einer undifferenzierten Bewertung sozialer Gruppen oder einzelner Gruppenmitglieder im Sinne einer kollektiven Zuschreibung von Eigenschaften aufgrund neutraler Kategorisierungsprozesse. Als Beispiel für gerade genannten Kategorisierungsprozess (im Sinne von nicht-wertend) wäre beispielsweise die Aussage „Person X ist Italiener“. Die im Absatz darüber genannten „Überzeugungen“ spiegeln dann die Zuschreibung wertender Eigenschaften zu dieser neutralen Kategorisierung, wie beispielsweise Person X, welche Italiener ist und somit beispielsweise „sicherlich dazu neigt, südländisches Temperament zu besitzen und gerne Espresso zu trinken“. Mit diesem verbreiteten Stereotypen über Italiener möchte ich noch kurz die „kernel-of-truth-debate“ anschneiden, welcher, wie Hafez vorschlägt und bereits weiter oben besprochen, durch seinen „sozialkonstruktivistischen Weg“ durchaus einen subjektiv-individueller Wahrheitsanspruch postuliert werden kann. Da ich diesen für die Natur meiner Forschung als gangbarsten Weg empfinde, ist es essentiell, diesen sozialkonstruktivistischen Ansatz auch in meine Definition einfließen zu lassen.

Die oben dargelegten „wichtigsten Eigenschaften“ des Prozesses des Stereotypisierens bilden **nun die Basis für meine Definition**: Der Begriff Stereotyp wird in dieser Arbeit als, im Sinne der sozialen Funktion, orientierungshelfend (beispielsweise im Rahmen sozialer Gefüge) beziehungsweise Identitätsgenerierend und/oder –beeinflussend verstanden. Ihm sind undifferenzierte Wertungen von Mitgliedern sozialer Gruppen inhärent, welche bei der stereotypisierenden Person (trotzdem) einen subjektiven Wahrheitsanspruch genießen und Elemente darstellen können, welche soziale Interaktionsprozesse formen und beeinflussen.

2.2. Die Beständigkeit von Stereotypen

Da sich die Arbeit um die Frage dreht, was denn nun den Fortbestand von Stereotypen fördert, ist es naheliegend, gängige theoretische Annahmen aufzuzeigen. Einerseits zeichnen sich Stereotypen durch ihre Langlebigkeit aus – Beispiel Wörter und Begriffe: „Ist ein Wort erst stereotypisiert, bleibt die Bedeutung meistens erhalten.“ (Schönwald 2012: 78) Auch Petersen und Six-Materna machen ein Zusammenspiel mehrerer Faktoren verantwortlich, die sie als Grund für den Fortbestand von Stereotypen verstehen – welche natürlich nicht zu jedem Zeitpunkt und in gleicher Gewichtung passieren. Ein erster Grund für die Dauerhaftigkeit von Stereotypen sehen sie in der „**Illusorische Korrelation**“, in welcher ein fiktiver Zusammenhang angenommen wird, der allerdings keine reale Basis hat (vgl. Petersen/Six-Materna 2006: 434;

Degner/Meiser/Rothermund 2009: 77). Daneben sehen die Autoren, wie auch die Forschung im Allgemeinen, im „**Ultimativer Attributionsfehler**“ einen weiteren Faktor, welcher dazu beiträgt, stereotype Vorstellungen langfristig beizubehalten. Hier geht es darum, dass Menschen generell dazu tendieren, Mitgliedern der In-Group positives Verhalten als dispositional (also „überdauernd“) zu kategorisieren. Dem gegenüber wird positives Verhalten der Out-Group in Stereotypisierungsprozessen als situationsbedingt und nicht genuines Merkmal zugeschrieben. Ein weiterer Grund für das Fortdauern oder die Hartnäckigkeit bestimmter Stereotypen ist die **linguistische Intergruppenverzerrung („linguistic intergroup bias“)** und an den eben beschriebenen Attributionsfehler „anschließt“. Hier wird die Bedeutung der Sprache im Rahmen von Stereotypenprozessen genauer betrachtet. Die Intergruppenverzerrung besagt, dass „positives Verhalten der Eigengruppe eher abstrakt, negatives häufiger konkret beschrieben wird. Für die Beschreibung von Verhalten der Fremdgruppe gilt das Gegenteil.“ (Schönwald 2012: 80) Anhand eines Beispiels erklärt sie das so: „Das Mitglied der Fremdgruppe hält jemandem die Tür auf“, aber „Das Mitglied der Eigengruppe ist hilfsbereit“ (vgl. Schönwald 2012: ebd.) Somit wird Positives In-Group-Verhalten mit eher globalen und abstrakten Beschreibungen/Begrifflichkeiten erklärt, während das gleiche Verhalten bei einer Out-Group mit sehr konkreten Begriffen belegt wird (Petersen/Six-Materna 2006: 355). Also wird erwünschtes Verhalten der Eigengruppe respektive negatives Verhalten der Fremdgruppe als **Personenmerkmal** attribuiert, während es für den gegenteiligen Fall zu einer Attribution als **Situationsmerkmal** kommt.

Der Prozess der **Substereotypisierung** wird in der Literatur als weiterer Grund gesehen, der die Persistenz von Stereotypen wesentlich beeinflusst und bei Menschen, die ein sogenanntes „Stereotypinkonsistentes Verhalten“ aktiv werden. Beispielhaft erklärt sieht der Prozess so aus: Zielstrebige, karriereorientierte Frauen, entsprechen nicht dem gängigen Stereotyp einer sorgenden, haushaltsführenden Mutter und (Ehe)Frau. Diese „Karrierefrauen“ werden daraufhin in eine eigens kognitiv gebildete Subkategorie „Karrierefrau“ eingeordnet. Das hat zur Folge, dass der „globale“ Frauenstereotyp dabei aber nicht verändert wird, sondern besagte „Karrierefrau“ eher als Ausnahme vom gängigen Stereotyp definiert wird – oder in Alltagssprache ausgedrückt: Ausnahmen bestätigten die Regel. Dieser „Trick“ lässt zu, dass die Kategorie „Frau“ der Erhaltung der Kategorie und des Stereotyps selbst dient (Allport 1971: 185). Somit kann man darauf schließen, dass „die Bildung von Substereotypen sowohl als Beleg für die Beständigkeit von Stereotypen als auch für deren Wandelbarkeit genommen werden“ (Thiele 2015: 55) kann - die „Richtung“ hängt lediglich davon ab, wie mit „Einstellungsinkonsistenten Informationen“ umgegangen wird. Schlussfolgernd bedeutet dies, dass Stereotype individuellen Veränderungen unterworfen sind und sich im Laufe der Zeit wandeln können, was durchaus von einer individuellen Komponente abhängt und somit einen *dynamischen Prozess* darstellt.

Oakes, Haslam und Turner sehen **drei Faktoren**, die gerade erwähnten Wandel bzw. eine unterschiedlich starke **Aktivierung von Stereotypen bedingen**. Erstens, sie variieren im Rahmen intergruppaler Beziehungen. Zweitens, der vorliegende (Situations-)Kontext ist von essentieller Bedeutung und drittens, ist die Perspektive des Wahrnehmenden essentiell (Oakes/Haslam/Turner 1994: 211f.). Mit der **Wandelbarkeit und/oder Dauerhaftigkeit von Stereotypen** hat sich auch **Franz Dröge auseinandergesetzt und drei zeitlich determinierte Dimensionen der Stereotypenbildung ausgemacht**. Für ihn gibt es „kulturdauernde“ Stereotype, welche einen integralen Bestandteil jeder Kultur darstellen; deren Teilaspekte sind durchaus

abänderbar, jedoch nicht in ihrer Gesamtheit. Beispiel ist hier religiös normiertes Verhalten. Danach kommen für ihn „kultur-epochale“ Stereotype. Diese zeichnen sich durch eine kürzere „Lebensdauer“ aus, sind gleichzeitig dennoch von „beachtlicher Dauer“. Hier ordnet er beispielsweise gängige Stereotype über Juden ein. Die kurzweiligsten Stereotype sind für ihn die *zeitgeschichtlich* determinierten, welche sich durch eine Kurzfristigkeit auszeichnen und gibt hier Nationenstereotype als Beispiel (in Anbetracht der Tatsache, dass Nationen im Vergleich zur Dauerhaftigkeit den ersten beiden Arten von Stereotypen ein relativ neuzeitliches Konzept darstellen). Diese Art von Stereotypen sind in Dröges Augen auch am interessantesten, da sie derzeitige gesellschaftliche Bedürfnisse widerspiegeln (vgl. Dröge 1967: 151f.).

2.3. Die Passive Stereotypen(re)produktion: Wien als mnemotopischer Bezugspunkt für den Stereotypenhaushalt

Eine grundlegende Frage, mit welcher ich mich im Rahmen dieser Teilkategorie auseinandersetze, ist die, wie stark sich meine Gesprächspartner im Rahmen ihres individuellen Stereotypenhaushaltes (als Teil des Identitätshaushaltes) mit Wien verbunden fühlen und sich mit den ihr inhärenten mnemotopischen Aspekten identifizieren. Hier eignet sich der von **Pierre Nora geprägte Begriff des Mnemotopes („Lieux de Mémoire“)** als „Betrachtungslinse“. „Mnemotop“ umfasst Räume, die für eine soziale Gruppe als identitätsstiftend – und somit auch Stereotypkonstituierend – sind. Eine kompakte, aber überaus passende Formulierung liefert die Homepage der Friedrich Ebert Stiftung:

„Als Erinnerungsorte gelten sowohl Personen, Institutionen und tatsächliche Orte als auch Symbole, programmatische Ideen und Texte. Besonderes Interesse verdienen die Perzeption und Rezeptionsgeschichte dieser ‚Orte‘, da sie Erinnerung bedingen und ausmachen.“ (Friedrich Ebert Stiftung o. D.)

Das französische „Lieux“ verweist also auf Orte, welche somit zu einem alltagskulturellen und historisch-sozialen Bezugspunkt einer regionalen Erinnerungskultur avanciert (worunter also auch Stereotype fallen). Das Wort ist aber nicht nur in seinem räumlich-physischen Sinn zu verstehen, sondern auch als identitätsstiftender Bezugspunkt für Mentalitäten, Values, Mythen und Geschichten (vgl. Nora 1984; 1986; 1992). **Somit ist „stereotypes Wissen“** im kollektiven wie auch individuellen Identitätshaushalt **ein fundamentales Vehikel**, um auch regional-gesellschaftlichen Zusammenhalt zu sichern und ein Hilfsmittel, eine **gefühlsbezogene kollektive Zusammengehörigkeit zu bewerkstelligen**. Da vorliegenden Arbeit Stereotype in einem regionalen Rahmen untersucht und somit eine der Grundannahmen dieser Arbeit darin besteht, dass Stereotype von der Region geprägt werden. Hier möchte ich mich Martina Thieles Definition räumlicher Stereotype bedienen: „Sie sind ortsgebunden. Kleineren (lokal, regional) und größeren (national, supranational) geographisch verortbaren Kollektiven, den Bewohner dieser Orte, Regionen, Länder etc. werden bestimmte Eigenschaften zugeschrieben.“ (Thiele 2015: 83) Neben immateriellen Komponenten (beispielsweise Sprachgemeinschaft durch Dialekt, Werte und Verhaltensweisen), gibt es auch materiell fassbare (geografische bzw. institutionelle) Aspekte, welche regionale Stereotype beeinflussen respektive konstituieren. (Franke/Ratter 2017: 16) Somit sind Stereotype **einerseits** auch im Rahmen von Verhaltensweisen, Werten, Sitten, Lebensstilen, Schicksalserfahrungen, Symbolen und Ritualen angesiedelt. **Andererseits** konstituieren diese sich durch „reale“ Bezugspunkte wie regionale Institutionen und Orte (im konkreten Zusammenhang mit dieser Arbeit wurde

beispielsweise der Würstelstand sehr oft als stereotyp verstandene Wiener Institution genannt). Oder um es, mit der kurzen, prägnanten Formulierung Schönwalds zu sagen: Es geht hier um Stereotypisierungsprozesse, welche sich auf „[*die Großregion*] als [...] *praktizierte, empfundene oder nur „gedachte“ Sinnordnung beziehen.*“ (Schönwald 2012: 15) Somit wird hier angenommen, dass ein physischer Raum und dem ihm innewohnenden regionalen Institutionen, Mentalitäten, Werte (und auch mediale Repräsentation) eine nicht zu vernachlässigende Komponente im Identitätshaushalt (**somit auch Stereotypenhaushalt**) darstellt.

Amani Abuzahra, welche zu kultureller Identität forscht sieht einen räumlichen Aspekt ebenfalls als wesentlich für selbige. Sie nennt „A link with the homeland“ (Abuzahra 2012: 52f) als essentielles Kennzeichen für eine ethnische Community [welche sich für sie wiederum aus „einer Gruppe, die auf Grund ihrer Geschichte, den gemeinsamen Erinnerungen sowie verschiedenen kulturellen Elementen miteinander verbunden ist“ (Abuzahra 2012: 51)] versteht. Sie betont hier besonders die Symbolkraft der Region, welche als mentaler Bezugspunkt für Identitätsaspekte fungiert, in dessen Rahmen es dann aber zu einer starken (über-)Idealisierung der Heimat kommen kann (Abuzahra 2012: ebd.). Dieser Prozess der (Über)Idealisierung findet sich somit auch in Aspekten der bereits weiter oben besprochenen Beständigkeit von Stereotypen, beispielsweise im Rahmen der bereits erläuterten linguistischen Intergruppenverzerrung, wieder. Wie eine Stadt zu einem Mnemotop werden kann, erläutert Nicolas Pethes am Beispiel Venedig: „[...] Stabilität der italienischen Reisetopik mit dem melancholischen Blick auf die unwiederbringliche Vergangenheit der Erinnerungsbezüge und den zunehmenden Verfall der verbliebenen Ruinen in Verbindung gebracht, so dass in der nachfolgenden Literaturgeschichte insbesondere Venedig als Mnemotop des Todes fungieren kann.“ (Pethes 2015: 199)

2.3.1. Die regionale Geschichte als Mnemotop: Bedeutung von Geschichtsbilder, Mythen und „G’schichtln“ als stereotypenkonstituierende Elemente

Für Eugen Buss wiederum stellt die Beständigkeit des Bildes einer Region eine fundamentale Kategorie dar, welche regionales Identitätsverständnis und somit auch den Stereotypenhaushalt einer Gesellschaft oder eines Individuums prägen. Er definiert Beständigkeit als „Maß, in dem Identität auf Kontinuität und Geschichte verweisen kann. Es ist der Umfang, in dem die Identität über eine längere Zeit durch dieselben Merkmale bestimmt wird.“ (Buss 2002: 56f.)

Konkret bedeutet das, dass es einen konstanten Identitätsprozess gibt, welcher „**die Aneignung und Fortschreibung eines gewachsenen historischen Profils**“ (Buss 2002: 57) einer Gesellschaft wiedergibt und somit aktiv dazu beiträgt, auch den Stereotypenhaushalt einer Region zu formen und beizubehalten.

Dass der Sozialisationsprozess das „anlernen“ regionaler Identitäts- (Werte, Verhaltensmuster, usw.) auch Stereotypenaspekte beinhaltet, scheint offenkundig. Krappmann hierzu: „Das Individuum wird durch diese Einführung [Krappmann bezieht sich hier auf sekundäre Sozialisationsprozesse, welche Individuen auf gewisse Rollen in der Gesellschaft vorbereiten] in neue Rechte und Pflichten auch auf ein Repertoire [unter anderem eben Stereotypen] geeignetere Mittel zur Selbstdarstellung festgelegt.“ (Krappmann 2000: 169) Hahn bemerkt in seinem Essay zur historischen Stereotypen(re)produktion, dass „die stereotype Perzeption der Gegenwart“ häufig auf Geschichtsbildern beruhe, „die nicht selten als historisches Wissen missverstanden und in der Folge als Geschichtsbewusstsein bezeichnet werden.“ (Hahn 2017: 137) Beide Autoren sehen somit **einerseits historische Narrative** und **andererseits** eine gewisse **Verklärung** dieser als **einflussnehmendes Element** auf den

Stereotypenhaushalt an. Daraus kann man schlussfolgern, dass Regionalgeschichte als **individuelles historisches Fundament von konstituierender Bedeutung für den Stereotypenhaushalt** ist.

Wenn also beispielsweise in sozialen Interaktionsprozessen zwischen Mitgliedern einer Ingroup- und Outgroup „regionale Identität [bzw. stereotype Verhaltensweisen] als kultureller Erkennungscode wirksam [wird, kommt es zu einer Verzahnung] mit dem Gedächtnis der Öffentlichkeit.“ (Buss 2002: 28)

Ergo ist eine mnemotopische Erinnerungskultur für das gesellschaftliche Gedächtnis und den darin eingeschriebenen Stereotypen von konstituierender Relevanz. Dies fördert und fordert folglich eine Einbettung in eine gemeinsame regionale (Lebens-)Geschichte und bewirkt, dass kollektiv empfundene Schicksalserfahrung(en) zu einem grundlegenden kulturellen, regionalen aber auch persönlichen Erkennungscode wird. Um es also mit Jan Assmann zusammenzufassen: „Die Gesellschaft scheint nicht als eine dem Einzelnen gegenüberstehende Größe, sondern als konstituierendes Element seines Selbst.“ (Assmann 2005: 132) Geschichtsbilder geben somit vor, ein „quasi objektives Wissen über die Vergangenheit zu enthalten, sagen aber in Wirklichkeit, wie diese Vergangenheit *eingeschätzt und beurteilt werden soll*.“ (Hahn 2017: 151) und üben somit wesentlichen Einfluss auf normatives Verhalten aus. Diese Tatsache bedingt zweierlei: erstens, dass sich Geschichtsbilder wesentlich auf die Bestimmung der Identität auswirken und sich zweitens – da „Schlussfolgerungen aus der Geschichte als etwas Definitives gelten“ (Hahn 2017: 151) – **Geschichtsbilder zu Stereotypen „mutieren“**.

Diese Tatsache legt laut Hahn den Schluss nahe, dass Geschichtsbilder durch ihre Beständigkeit und kollektive und individuelle identitäre Gewichtung von hoher emotionaler Färbung (Hahn 2017: ebd.) und daher von wesentlicher Bedeutung für die Konstituierung und (Re-)Produktion von Stereotypen einer Gesellschaft sind. Kenneth J. Gergen unterstreicht, dass sowohl personale als auch kollektive Identität (und somit auch der Stereotypenhaushalt) nur über eine Analyse der dazugehörigen kulturellen Kontexte (welche die Region als Mnemotop und Quelle geschichtlicher und (alltags-)kultureller Narrative mit einschließen) erfassbar und auf einen „werthaltigen Endpunkt hin strukturiert [...]; Ereignisse werden ausgewählt, insoweit sie etwas mit dem Erreichen dieses Endpunkts zu tun haben [...]“. (Gergen 1998: 197) Im Stereotypenkontext bedeutet das, wie Gergen es nennt, „kulturelle Vorherrschaft“ auszudrücken – ein Mechanismus, der fundamentaler Motivationsaspekt bei Aktivierung von Stereotypen sein kann. Dies resultiert in der Schaffung von Einheit, bei welcher die „Erzählung das Bindeglied mit der Erfahrung darstellt“ (Mohr/Thielicke 2020: 261) und einem Individuum somit ermöglicht, durch diese, sich auf eine regionale Gemeinschaft beziehende, Narrative zu identifizieren. In der Sprache der Stereotypen bedeutet dies also, dass eine Geschichtskennntnis über regionale Erfahrungen prägend für den (sowohl individuellen, als auch kollektiven) Stereotypenhaushalt ist. Eine Tatsache, die auch Gergen betont und beschreibt Erzählungen als „diskursive Erzeugnisse, welche sich stets auf einen valorativen (wertsetzenden) Endpunkt hin orientieren“ (Gergen 1998, S. 171ff.). Anhand dieses Zitates lässt sich auch sehr gut die Brücke zwischen historisch fundiertem stereotypem Wissen und den sozialen Interaktionsprozessen, in welchen Stereotype allgemein als komparative Komponente zwischen Ingroup- und Outgroup-Mitgliedern aktiv werden, schlagen. Denn man muss bei Stereotypen neben der sachbezogenen Funktion (im Sinne der Komplexitätsreduktion) immer auch ihre komparative Komponente beachten, welche eine valorative Dimension besitzen, Hahn als „sozialbezogene Ebene“ bezeichnet und zur sozialen Orientierung im Rahmen von Interaktionssituationen dient (vgl. Hahn 2017: 145). Konkret dient die Nutzung von subjektiv

als wahr geltende stereotypen Imaginationen und Verhaltensweisen hier in der Regel der Aufwertung des Individuums als Teil der Ingroup bzw. der Ingroup als Ganzes.

2.4. Wien als mnemotopischer Bezugspunkt für den Stereotypenhaushalt

„Bei fast allen ethnologischen Kulturbegriffen geht es um die *nichtgenetische* Tradierung und Innovation.“ (Antweiler 2017: 19) Dies ist auch eine der Grundannahmen der Arbeit, welche (Alltags-)Kultur als etwas „angelerntes“ durch Sozialisation und Enkulturation versteht. Hier möchte ich mich auf Dröge beziehen, der Stereotypen als ein „soziales Erbe [...], das sich aus den Normen, kollektiven Einstellungen, kulturellen Institutionen, Kommunikationsgewohnheiten etc. von Gruppen und Nationen“ zusammensetzt. (Dröge 1967: 127) In dieser Definition findet auch der Themenkomplex der Sozialisierung Platz, welche neben historischen und interaktionsprozesshaften Wichtigkeit von Stereotypen einen weiteren, wenn auch wesentlich kleineren, Interessenskern der vorliegenden Arbeit steht. In diesem Teilkapitel soll diesem Umstand nun Rechnung getragen werden und daher steht die Frage nach der durch Tradierung geformten, dauerhaften und kollektiven Gewohnheiten und Gesellschaftsbildern, die die (Re-)Produktion und Aktivierung von Stereotypen beinhalten. Wie wichtig die Sozialisation im Rahmen der Stereotypenforschung ist, ist offenkundig, da der Mensch als soziales Wesen vom ersten Moment an in Sozialisationsprozesse eingebunden ist. Er lernt die die gesellschaftlichen Normen, Werte und Vorstellungen kennen – das heißt, dass hier konkret der **Prozess der Sozialwerdung** eines Individuums von Interesse ist, das genaue Augenmerk allerdings ruht auf „der Sozialwerdung von Individuen mittels (Kennen-)Lernen der Normen und Werte der umgebenden sozialen Gruppen und Institutionen.“ (Thiele 2015: 50) und den durch diesen Prozess vermittelten Stereotypen. Diese Sozialwerdung passiert durch die **Primär- und Sekundärsozialisation** und umfasst somit erwähnte Stereotypen, welche vielleicht „nicht durch unmittelbare Kontakte, also durch Primärerfahrung, [...] dann aber durch sogenannte Sekundärerfahrung, d.h. durch das, was andere berichten, durch Erfahrungen aus zweiter (dritter, vierter ...) Hand“ entstehen (Thiele 2015: ebd.).

2.4.1. Bedeutung von Orten und Institutionen für den Stereotypenhaushalt

Die Rolle der Medien und der Erziehung im Rahmen der Sozialisation für die Entstehung und Tradierung von Stereotypen sind bereits durch zahlreiche Arbeiten in verschiedenen Disziplinen beleuchtet worden. Ein Manko, welches die Forschung nach wie vor „plagt“, ist die der räumlich greifbaren Institutionen wie beispielsweise Museen oder Tourismusverbände, denn auch „educational institutions can inadvertently propagate stereotypes through biased curricular content“ (anthroholc 2023). Hierunter fällt auch historisch geprägtes Wissen, welches beispielsweise auch im Rahmen öffentlich-institutioneller Einrichtungen (das Bestattungsmuseum beispielsweise) tradiert und reproduziert wird.

Dabei sind regionale mnemotopische Symbole und Institutionen (bereits erwähnt das Bestattungsmuseum), welche von der Region und ihrer Geschichte geprägt werden von großem Interesse für die vorliegende Stereotypenforschung. Denn „vor allem über regionale Symbole werden identitätsrelevante Positionierungen in das kollektive Gedächtnis der Öffentlichkeit hineingeschrieben.“ (Buß 2002: 9) Hier geht es also konkret um reale, greifbare Symbole respektive Institutionen, welchen eine gewisse mnemotopische Symbolkraft innewohnt. „Regionale Identitätsbilder bringen nicht nur den vom einzelnen geforderten pragmatischen

Nutzen; um sie herum sind über die Jahre der Reifung Welten von Assoziationen, Erlebnissen Geschichten und Mythen entstanden.“ (Buss 2002: 7) Ähnliches postuliert auch Pethes in Bezug auf die Bedeutung von Institutionen und deren Raumordnung für eine mnemotopische Dimension - wie beispielsweise ein Museum angelegt ist und welche Art von Inventar und Begleittexten/Objektbeschreibungen dort vorzufinden sind. So kann eine museale Institutionalisierung von regionalem Kulturgut wie etwa Literatur, Musik oder auch popkulturelle Alltagselemente wie Fernsehbeiträge einen wesentlichen Faktor im Sinne einer „Institutionalisierung [...] als Mnemotop begriffen werden.“ (Pethes 2015: 201)

Trotz dieser Tatsache ist die Befassung der Wissenschaft(en) mit Institutionen als Träger und (Re-)Produzenten von Stereotypen einer Gesellschaft rar. Ein Umstand, durch welchen sich die Möglichkeit eröffnet, im Rahmen der Forschung in dieser Kategorie induktiv zu arbeiten. Nicht von der Hand zu weisen ist, dass Institutionen, welche Museen beispielsweise nun mal sind, als grundlegende „Erhalter“ der regionalen Identität (z.B. Bestattungsmuseum, Wien Museum) eine gewisse mnemotopische Strahlkraft besitzen und somit auch in den Stereotypenhaushalt eines Individuums, aber auch einer Gesellschaft hinein, wirken. Da, im Rahmen meiner vorwissenschaftlichen Gespräche mit Wiener*innen, sehr oft die Bedeutung realer Orte und Objekte (wie beispielsweise der Würstelstand, das Bestattungsmuseum oder ganz salopp „das Beisl ums Eck“) als stereotype Mnemotope unterstrichen wurde, wäre es meiner Meinung nach eine verpasste Gelegenheit, sich der konstituierenden Bedeutung für den individuellen Stereotypenhaushalt nicht anzunehmen. „Jeder Gebrauch eines Gegenstands in einem bestimmten Kontext bedeutet zugleich die Vermittlung einer Botschaft. Inhalte der Botschaften können sozial anerkannte Werte, aber auch der Status oder eine besondere Eigenschaft des Besitzers oder Benutzers sein.“ (Hahn 2014: 113) Das Befassen mit der materiellen Kultur steht somit im Gegensatz zu der hier vorangegangenen theoretischen Auseinandersetzung mit Stereotypen, welche sich auf eine individuell-nichtfassbare Ebene bezieht, und dem Appell von Gottfried Korff folgt, welcher bereits 1997 forderte, dass sich „[...] die Beschäftigung mit materieller Kultur [...] nicht auf die Beschreibung der Formen von Dingen beschränken darf, und dass der Umgang mit den Dingen über die konkrete Handlung hinaus immer auch bedeutungsvoll ist [...].“ (Korff 1997: 28) Zentral ist also die Frage, **wieso Institutionen als Stereotyp respektive stereotypformend und stereotyppräsentierend verstanden werden und wie deren stereotypenkonstituierende Wirkung aussieht.** Hans Henning Hahn weißt genau auf diesen Fragenkomplex hin, welcher für Politik- und Sozialwissenschaften in den letzten Jahren zunehmend in den Fokus der Forschung gerückt ist (siehe Hahn 2017: 143). Daher ist es im Rahmen der rezenten Stereotypenforschung von besonderem Interesse, wie sich Stereotype Imaginationen im Rahmen gesellschaftlicher Diskurse und in/durch öffentliche Institutionen gestalten.

Daran anschließend prägte wiederum Hans Peter Hahn hier den Begriff „**Indikatorrelation**“, welche Objekten „aufgrund kulturspezifischer Konventionen zugewiesen wird.“ (Hahn 2014: 115) Das bedeutet, die Dinge nicht nur als Zeichen ihrer Funktion zu betrachten, sondern in die Betrachtung auch die des dahinter liegenden Sinns für die Individuen, welcher über die Verwendung hinausgeht, miteinzubeziehen. Somit ist im Kontext dieser Kategorie die sinn- und bedeutungstiftende Funktion von Institutionen im Rahmen der individuellen Stereotypenhaushalte Kern der Beforschung. Hier ist allerdings die „genaue Form der Indikatorrelation [...] weiter zu unterscheiden, da nicht jede Relation kulturell bestimmt ist. „Anzeichen“ werden kulturübergreifend verstanden („Rauch ist ein Anzeichen von Feuer“), „Zeichen“ im engeren Sinn gelten dagegen nur im Bereich

einer historischen und kulturell bestimmten Bezugsebene („Der Halbmond ist ein Zeichen des Islam“).“ (Hahn 2014: ebd.) **Dass stets der Kontext die Botschaft transportiere** – und nicht das isolierte Objekt – **bedingt, dass es keine (dauerhafte) im Objekt fixierte Bedeutung geben kann.** (Korff 1997: 13) Dieser Gedankengang lässt sich, auf (Wiener) Stereotypen umgelegt, daher so interpretieren, dass diese im Rahmen der Sozialisation aber auch im Zuge von Interaktionsprozessen somit in Ihrer Form, Tradierung und Aktivierung schwanken. Beispielsweise lässt sich der Schmäh als gängiger Stereotyp somit als kontextabhängiges (immaterielles) Objekt – so wie andere, in dieser Arbeit vorkommende Stereotypen – betrachten und analysieren.

2.4.2. „Starke Charakteren“ als mnemotopische Sozialisationsagenten

Starke Charaktere sind Individuen, die, durch ihre mnemotopische Strahlkraft gemeinhin als stereotype Vertreter für eine Gesellschaft gelten können und somit einen Einfluss auf stereotype Imaginationen über Regionen und den dort ansässigen Menschen haben. Man bedenke im konkreten Wienbezug nur den Lieben Augustin oder Edmund ‚Mundl‘ Sackbauer (gespielt von Karl Merkatz), der aus der österreichischen Popkultur als „Stellvertreter“ respektive „Portotyp“ für den biertrinkenden, weißes Feinrippunterleiberl tragenden und den grantigen Wiener par excellence, also eine ganze Bevölkerungsgruppe, steht. Diese Darstellung von „starken Charakteren“ ist einerseits fixer Bestandteil der Medienproduktion und Medienlandschaft einer Gesellschaft, andererseits können starke Charaktere auch schon sehr früh im persönlichen Umfeld vorkommen. Sie sind ein Vehikel, welches durch die überzeichnete und übertriebene Darstellung stereotyp wahrgenommener Aspekte aktiv an der Reproduktion und Tradierung bestimmter Imaginationen beteiligt sind. Thiele greift dieses Thema im Rahmen ihrer stereotypenfokussierten Medienanalyse auf und erklärt, wie stereotype Bilder und Medien einander beeinflussen. Laut der **Allensbacher-Berufsprestige-Skala**², welche seit „über die Jahrzehnte hinweg unangefochten Platz 1 der Liste angesehener Berufe“ (Thiele 2015: 352) vom Arztberuf angeführt wird, ist ein gutes Beispiel dafür. Der Berufsstand genießt in der Realität ein derart hohes Ansehen, dass „es geradezu zwangsläufig erscheint, sie auch in fiktionalen Genres als handelnde Charaktere einzusetzen.“ (Thiele 2015: ebd.) Dies resultiert, durch die sich in allen Arztfilmen und -serien wiederholenden Erzählmustern, in einer Verfestigung von Stereotypen von starken Charakteren (nämlich den Ärzt*innen) als Retter*innen und Heilsbringer*innen. Wie wichtig solche stereotypische Abbildungen „stellvertretender Charaktere“ für eine ganze regionale respektive ethnische Gesellschaft sind, unterstreicht auch Hans Henning Hahn und nennt neben den bereits erwähnten Geschichtsbildern die „Personifizierungen und starken Identifikationen“ (Hahn 2017: 151) von stereotypen Individuen als wesentliche „Enhancer“. Noch früher in der Wissenschaftsgeschichte haben bereits Rothbart et al. auf die „Stahlkraft“ starker Charaktere in der Medienlandschaft im Rahmen seiner Studie zu stereotyp gedachten Zusammenhängen zwischen körperlichen und sozialen individuellen Aspekten hingewiesen: „**The Group’s impression may depend on the way in which data on individuals are organized in memory** [...] Specifically, the proportion of extreme individuals in a group that was retrospectively overestimated; this was true for both physical stimuli (height) and social stimuli (criminal acts).“ (Rothbart et al. 1978: 237) Zu derselben Schlussfolgerung, reflektierend über seine Studienergebnisse, kommt auch Henri Tajfel: „The proportion of extreme individuals in a group that was

² Eine regelmäßig stattfindende Umfrage des deutschen Umfrageinstitut dem Institut für Demoskopie Allensbach, in deren Rahmen nach den meistrespektierten Berufsgruppen Deutschlands nachgefragt wird.

retrospectively overestimated.“ (Tajfel 2001: 133) Daher liegt der Schluss nahe, dass die bereits erwähnte „Strahlkraft“ eine stellvertretende Funktion besitzt, welche leicht zu einem Trugschluss führen kann, welcher zum Ergebnis hat, dass einzelne Individuen eben stellvertretend stereotyp für eine gewisse Region (und deren Menschen), soziale Gruppe oder auch Berufsstand „mutieren“ können. Zu diesem Schluss kamen bereits Katz und Braly in ihrer wegweisenden Arbeit 1933, in deren Rahmen sie unter anderem herausfanden, dass stereotype Imaginationen mittels Erzählungen im Rahmen der Sozialisation produziert und/oder tradiert werden können OHNE dass es zu einem persönlichen Kontakt mit Repräsentant*innen respektive Angehörigen der stereotypisierten Community kommen muss. (vgl. Rothbart et al. 1978: 238)

Im Rahmen der selben Experimente konnte ebenfalls gezeigt werden, dass Individuen mit „extreme characteristics are more memorable and, because of their availability in memory, are estimated as more frequent than corresponding numbers of “mild” individuals.“ (Rothbart et al. 1978: 253)

All das bedeutet, dass die Eindrücke, welche wir von einer stereotypisierten Gruppe haben, nicht selten überproportional von stark von wenigen, „most memorable“ (Rothbart et al. 1978: 254) Angehörigen beeinflusst werden. Zwar nicht NUR, ABER besonders die Rolle der Medien bzw. der medialen Repräsentation ist hier herauszustreichen, wenn man bedenkt, dass viele der Informationen, welche wir über bestimmte Gruppen medial vermittelt werden, Informationen sind, welche „[...] extreme forms of behavior, repeated exposure of extreme individuals will lead to an over-representation of extreme behaviors in our images of these groups“ (Rothbart et al. 1978: ebd.) repräsentieren. Daran anschließend ist auch die Rolle der In- und Outgroup im Rahmen dieses Prozesses nicht zu unterschätzen bzw. ebenfalls eine analytischen Betrachtung wert, wenn man bedenkt, dass Individuen nämlich dazu neigen, „extreme“ Individuen, welche als repräsentativ gelten könnten, der eigenen Ingroup eher zu übersehen oder als individuell und nicht-repräsentativ zu kategorisieren, **während eine undifferenziertere** Betrachtungsweise stereotyper Verhaltensweisen von Angehörigen einer Outgroup „may lead us to accept extreme instances of outgroup behaviors as highly representative.“ (Rothbart et al. 1978: ebd.)

2.5. Stereotypen als Abgrenzungsmechanismen

Dass Stereotype aktiv dazu beitragen, die eigene Identität im Rahmen von Interaktionsprozessen „abzustecken“, also einen Grenzziehungsmechanismus zwischen „dem Eigenen“ und „dem Fremden“ repräsentieren, wird im Folgenden nun theoretisch näher erläutert. Diese Grundidee wird besonders im folgenden Teilkapitel zur „Sozialen Identität“ zu einer zentralen Betrachtungsweise und dem daraus abgeleiteten Forschungs- und Erkenntnisinteresse werden, da sie erlaubt, Stereotypen als Vehikel der Abgrenzung zu betrachten. Hier möchte ich auf den Begriff der „**limitschen Struktur**“ (aus dem Lateinischen „limes“ – deutsch: Grenze) von Wilhelm Emil Mühlmann (siehe Mühlmann 1985) verweisen. Darunter fällt die Frage, „warum bestimmte Objekte zu Identitätsträgern [bestimmter Gruppen werden und welche Rolle diese als] Struktur der Abgrenzung“ (Hahn 2014: 154) spielen. Es werden unter diesem Punkt also Stereotype als Form von Praktiken der Selbst- und Außenpräsentation verstanden, welcher sich eine soziale Gruppe **aktiv** bedienen kann, um die eigene und/oder kollektive Identität gegen (um in der Sprache der Stereotypenforschung zu bleiben) *Outgroups* abzugrenzen, „zur Schau zu stellen“ und/oder gleichzeitig intergruppalen Zusammenhalt zu stärken. (Hahn 2014: ebd.) Hierunter fallen als derartige

Grenzziehungsmechanismen auch Stereotype, welche ebenfalls, wie bereits dargelegt, unzertrennlich in einer Wie bei der erwähnten Indikatorrelation geht es also auch hier um die Betrachtung der Aktivierung von Stereotypen im Rahmen von Interaktionsprozessen zwischen Mitgliedern der Ingroup einerseits. Dem gegenüber steht die Bedeutung der Stereotypenaktivierung im Rahmen von Interaktionsprozessen zwischen Angehörigen der Ingroup gegenüber der Outgroup. Das bedeutet also, dass Mitglieder einer regionalen Gesellschaft selbst zu aktiven Träger*innen und Reproduzent*innen stereotyper Imaginationen und Verhaltensweisen werden können. Daraus wiederum schließt man, dass die aktive Nutzung respektive Aktivierung von Stereotypen als limitsche Elemente wiederum zu deren Reproduktion und Repräsentation nach außen hin (gegenüber einer Outgroup) beiträgt (Stichwort: Selbsterfüllende Prophezeiung).

Stereotypen- und Identitätsprozesse sind, wie bereits reichlich dargelegt, Komplexe, welche einander beeinflussen und bedingen. Stereotype Imaginationen, Werte und Verhaltensweisen sind für ein Individuum oder auch für eine soziale, (bzw. im Kontext dieser Arbeit) regionale Gruppe identitätsstiftende und – identitätsfestigende Werkzeuge, die im Rahmen der Selbst- und Gruppenidentität – aber auch im Rahmen von Interaktionsprozessen - zu wirkmächtigen Mechanismen avancieren können und sich schlussendlich (ich darf auf das einführende Zitat dieser Arbeit in der Einführung verweisen) auf die Realität auswirken können. Olaf Kühne benennt diese Neigung (Andersartigkeit und das Streben nach Absoluten und Definitivem im Rahmen von Identitätskonstruktionen) als typische Merkmale der Moderne (Kühne 2008: 11) – also eine relativ rezente Entwicklung, wenn man bedenkt, dass die ersten (pseudo)wissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit nationalen Stereotypen mit den Völkertafeln des 18. Jahrhunderts begonnen haben (vgl. Hahn 2017). Kühne verknüpft diese Tatsache mit dem Prozess eines „ökonomischen, kulturellen, sozialen und politischen [...] dis-embedding“, also einer durch Tendenzen der Globalisierung hervorgerufene **„Ortslosigkeit des Menschen“**, **welche dazu geführt habe, diese Tendenzen „durch ein re-embedding, eine Rückverortung, zu kompensieren [...]“** (Kühne 2006: 112f.) Wenn man diesen Gedanken nun weiterentwickelt, liegt der Schluss nahe, dass regional geprägte Stereotype ebenfalls ein Ausdruck dieses **re-embeddings** sein können. Im hiesigen Kontext bedeutet das also, dass Stereotype im individuellen Identitätshaushalt als Mechanismen ihre Wirksamkeit in dem Sinne entfalten, als dass sie Individuen im Prozess der Stereotypenaktivierung helfen, einen kulturellen, sozialen oder politischen Bezug zur Region zu symbolisieren und somit zur Festigung von Identitätsaspekten dienen kann. Damit einhergehend konstatiert Antje Schönwald der Moderne das Phänomen des „erneuerten Auftrumpfens lokaler, [...] Identitäten, sogenannter „introvertierte Nationalismen“, die sich gegen den ‚Einmarsch‘ der globalen Welt wehren, einigeln, abschirmen.“ (Schönwald 2012: 58) Eine Konstante, welche auch die Mechanismen hinter der Aktivierung und Nutzung von Stereotypen im Sinne einer „Verborgene komparative Funktion“ (Hahn 2017: 146) – also das Fremd- mit dem Eigenbild abgleichend – widerspiegelt. Dadurch erfolgt automatisch ein Verweis auf die „Identität der Person(en), die (einen) Stereotypen zum Ausdruck bringen“ (Hahn 2017: ebd.) und gleichsam die essentielle Bedeutung eines Stereotypenhaushalts respektive einer „Stereotypenküche“ für die Konstruktion individueller und kollektiver Identitäten innerhalb bzw. über eine (regionale) Gesellschaft. Somit ist im Zuge dieses Teilkapitels und seiner Ausarbeitung in den Ergebnissen besonders die Frage nach der Bedeutung der Stereotype für die Wiener*innen zentral. Wie bedienen sich Individuen an stereotypen Imaginationen, um die eigene Identität (sowohl im individuellen als auch im kollektiven Gruppenkontext) aufrecht zu erhalten bzw. zu behaupten? Welche Stereotypen werden in

welcher Gewichtung und in welchen Formen von Interaktionsprozessen aktiviert respektive Dritten gegenüber demonstriert? Das „Streben nach Schaffung einer eindeutigen Eigenart“ kann als Reaktion auf globale Vereinheitlichungsprozesse verstanden werden und darüber hinaus durch die Linse der Theorie der Sozialen Identität, welche im Folgenden näher vorgestellt wird ein passendes, analytische Framework liefert, betrachtet werden. Dass die Kultur- und Sozialwissenschaften hier jedoch keinen einheitlichen Befund vorlegen und es auch Stimmen gibt, die Gegenteiliges behaupten, ist auch wert, erwähnt zu werden, da es die Ambivalenz des Themas widerspiegelt. Hier möchte ich beispielsweise auf Daniela Ahrens verweisen, welche „eine gesteigerte kulturelle Komplexität [trotz] [...] weltweiter Verflechtungen“ diagnostiziert (Ahrens 2001: 135). Claudia Rademacher und Rolf Eickelpasch wiederum sehen in einer globalisierten Kultur eine „Fundus an Symbolen, Ideen, Stilelementen, Konzepten und Erzählungen, aus dem sich die Bewohner des ‚globalen Dorfes‘ bedienen können, um sich ihre eigensinnigen, lokalen Identitäten zu konstruieren.“ (Eickelpasch/Rademacher 2010: 63) Dass eine globale Homogenisierung bzw. Einheitskultur auf Kosten lokaler Eigenheiten erfolgt, negiert auch Jörg Dürrschmidt, der meint, dass globale Tendenzen zur Notwendigkeit führen, „lokale Unterschiede vorteilhaft auf globaler Bühne zu präsentieren.“ (Dürrschmidt 2004: 60) Diese Einsicht lässt die Conclusio zu, dass in einer Welt, in der globalistische Tendenzen jeden Gesellschafts- und Kulturbereich durchdringen, nicht folgenlos für die Individuen sein können und das Erstarken regionale Stereotypen Ausdruck, wie bereits weiter oben dargelegt, einer gewissen regionalen Unverwechselbarkeit und Authentizität sein *können*. Die aus dargelegtem Sachverhalt abgeleitete Annahme wird also im Zuge dieser Arbeit einer theoretischen Überprüfung und analytischen, datenbasierten Auswertung unterzogen um aufzuzeigen, wie sich Wiener Stereotype in dieses Konzept einordnen lassen. Auch Eugen Buss schlussfolgert ähnlich: „Je stärker der ‚internationale Lebensstil‘ [...] als standardisiert erlebt wird, desto stärker wird Halt in Identitätsbildern des Vertrauens und Nicht-Austauschbaren gesucht (z.B. im Dialekt, in der regionalen Kunst, im regionalen Brauchtum etc.).“ (Buss 2002: 21) Daher ist es naheliegend, dass die Region als mentaler respektive mnemotopischer Bezugspunkt für Stereotype im Form eines „Vehikels zur Identitätsbehauptung“ dient, welche eine „Unmittelbarkeit, Vertrautheit und Selbstverständlichkeit“ (Buss 2002: ebd.) für das Individuum implizieren und dies dann, „wenn globale Strukturen mit Abstraktheit, Anonymität, Heimatlosigkeit und Bürokratisierung assoziiert werden“ (Buss 2002: ebd.) **Unter diesem Blickwinkel kann regionale Identität und der ihr inhärentes „Stereotypenrepertoire“ somit quasi als Ausdruck eines „Heimatgefühls“ gleichgesetzt werden** und somit auch eine vergleichbar hohe affektive Geladenheit aufweisen. Oder wie Detlev Ipsen zusammenfassend schreibt: "Region wird zum Ort der Sicherheit, der Kontrollfähigkeit in einem diffus großen Gefühlsglobus " (Ipsen 1994: 235).

2.6. Die Aktivierung von Stereotypen anhand der Bedeutung der Sprache im Rahmen von sozialen Interaktionsprozessen

Die primäre Bedeutung der Sprache im Rahmen der Stereotypenaktivierung und Reproduktion ist aufgrund ihrer Allgegenwärtigkeit (da Stereotype hauptsächlich aktiv über sprachliche Interaktionsprozesse zum Ausdruck gebracht werden – eine Tatsache, die im Folgenden im Rahmen der Theorie der sozialen Identität näher erläutert wird) nicht von der Hand zu weisen und dies besonders, da „Klischeehafte, stereotype Vorstellungen [...] ihren Ausdruck in Redensarten oder rhetorischen Figuren wie Metaphern, Allegorien und

Vergleichen“ (Thiele 2015: 35) finden. Auch Naglo weist auf die Bedeutung sprachlicher Übereinstimmung hin, denn sie kann „[...] Soziales und letztlich Gesellschaft konstituieren, indem sie die Vorstellung einer gemeinsamen Welt vermittelt, in der sie gleichsam als Ausdruck von Ich und Wir Individualität und Kollektivität repräsentiert.“ (Naglo 2007: 33) Hier sind für ihn vor allem „die angemessene Nutzung einer bestimmten Ausdrucksform oder Terminologie“ (Naglo 2007: 41) zentral, denn diese „markiert in der Regel die genuine Mitgliedschaft hinsichtlich der Ingroup, während ein Versäumnis des Gebrauchs gewisser Sprachformen oder Begrifflichkeiten Outsider-Status anzeigt.“ (Naglo 2007: ebd.) Wie im Vorangegangenen dargelegt, ist hier besonders die Rolle des Identifizierens respektive Identifiziert-werdens im Rahmen von Interaktionsprozessen von großer Wichtigkeit, welche das Individuum „im Prozess der sozialen Interaktion zur Übernahme der vom Rollensender spezifizierten Erwartungshaltungen“ (Weichhart 1990: 20) nötigt. Dieses Kapitel hat die individuelle Rolle und Bedeutung der Aktivierung und „Zurschaustellung“ der Stereotypen im Rahmen dieser Prozesse im Fokus. Peter Weichhart unterstreicht überdies die grundlegende Relevanz der Sprache (respektive des Dialekts) als symbolische „Demarkationslinien“ (also Sprache als limitische Struktur) in Bezug auf Konzeptionen von „Wir“ und „Die Anderen“ (Weichhart 1990: 54). Wie soeben dargelegt, ist Sprache das wohl grundlegendste Vehikel, um Stereotypenaspekte zu artikulieren – dies wiederum geschieht hauptsächlich im Rahmen von sozialen Interaktionsprozessen – hier sei nochmal an die vorhergehend erwähnte Tatsache erinnert, dass Stereotype auch immer eine verborgene komparative Funktion innehaben. Dieser Abschnitt, im Vergleich zur vorangegangenen theoretischen Auseinandersetzung, stellt somit die „aktive“ Seite der individuellen Stereotypenaktivierung und Reproduktion dar und bildet somit den theoretischen und erkenntnisorientierten komplementären zweiten Teil meines Forschungsvorhabens im Rahmen der vorliegenden Arbeit.

Die Bedeutung dieser individuellen Interaktionsprozesse steht im Kern der Mechanismen, Identität und vor allem Stereotype für Dritte (aber auch für die Individuen selbst) sichtbar werden zu lassen. Die Relevanz dieser Interaktionsprozesse und somit auch für die individuelle „Stereotypenküche“ ist somit für den Fortbestand von Stereotypen fundamental. Der kommunikative Austausch über (geteilte) Stereotypen (vor allem als Ausdruck/Bestandteil einer gemeinsamen Gruppenidentität) respektive stereotyp geprägte Kommunikation dient aber nicht nur der Identitätsbehauptung nach Außen im Rahmen intergruppaler Interaktionsprozesse sondern stärkt innerhalb einer sozialen/regionalen Gruppe auch „Zugehörigkeitsgefühl zu dem eigenen sozialen Umfeld.“ (Quasthoff 1973: 52) Dieses Bedürfnis nach „Belonging“, das im Rahmen der Stereotypenaktivierung mitverantwortlich ist, kann aber nur dann seine Wirksamkeit entfalten/befriedigt werden, wenn stereotype Bilder von erstens, den Eigengruppenmitgliedern auch mehrheitlich geteilt werden und von der Outgroup zumindest teilweise auch anerkannt werden (Petersen 2020: 253) Um die diesem Teilkapitel zugrunde liegenden Interaktionsprozesse als zentrales Element der Analyse möglichst Erkenntnisgewinnbringend darzustellen und wertvolle Schlüsse zu ziehen, dient die Theorie der Sozialen Identität als Analysewerkzeug. Sie ermöglicht, die Bedeutung und Aktivierung der Stereotypen im Rahmen von intergruppalen Interaktionsprozessen aufzuzeigen und zu analysieren. Was schlussendlich bedeutet, „immer auch, interpretative Erklärungen – und nicht die reine Beschreibung – als zentralen Zugang zum Verstehen einer Gesellschaft zu bestimmen. ***Sprache und die damit vermittelten Bedeutungen werden so zum Schlüssel für das Funktionieren einer Gesellschaft.***“ (Hahn 2014: ebd.)

Zentraler Begriff, neben dem des Autostereotypen, ist hier der Begriff des Metastereotyps, welcher Einfluss auf die Art der Kommunikation und somit auf die Stereotypenaktivierung im Zuge von Interaktionsprozessen hat und Teil der „Self-fulfilling Prophecy“ darstellt. Hier steht im Kern der Beforschung der Konstrukte der Metastereotypen die Tatsache, dass durch als stereotyp empfundene Charakteristika über die Ingroup eine gewisse **imaginierte Erwartungshaltung erzeugt** wird, welche dann „zu negativen Affekten und stereotypkonformem Verhalten gegenüber Mitgliedern [einer] Fremdgruppe“ (Petersen/Six-Materna 2006: 434) führen – und somit den Interaktionsprozess prägen – können. Unterm Strich kann man also sagen, dass es, wie beim Autostereotyp auch, um Stereotype über die Eigengruppe geht. Jedoch ist der grundlegende Unterschied, dass beim Autostereotypen die persönlichen, individuellen Überzeugungen über die Eigengruppe im Vordergrund stehen, während dem Meta-Stereotypen Annahmen zugrunde liegen, wie die eigene Gruppe von einer anderen Gruppe bewertet wird. Daher haben, im Gegensatz zu Autostereotypen, „Meta-Stereotype eine relationale Komponente und variieren in Abhängigkeit von der betrachteten Fremdgruppe.“ (Petersen/Six-Materna 2006: ebd.) Aus dieser ausschlaggebenden theoretischen Auffassung lässt sich zum einen ableiten, dass die (imaginierte) Überzeugung über eine Outgroup, a priori negative Stereotype (zumindest teilweise) über die Ingroup hat. Der daraus empfundenen „Bedrohung für das Selbstkonzept [...] hat häufig eine Abwertung der Fremdgruppe zur Folge.“ (Petersen/Six-Materna 2006: ebd.) Hiernach sind somit weniger Heterostereotype der Ingroup kausal für negative intergruppalen Beziehungen, sondern metastereotype (Vor-)Annahmen und Projektionen von der Ingroup über die Outgroup. Hier knüpft die Theorie der Sozialen Identität an, welche im Anschluss vorgestellt wird und sich als vielversprechendes Analysetool herausstellt, um die Aktivierung von stereotypen Imaginationen im Rahmen von Interaktionsprozessen einer genaueren Betrachtung zu unterziehen. Hier steht das Ausmaß und Motivation der Stereotypenaktivierung im Fokus, welche „stark von den jeweiligen Zielen bzw. Motiven in der Verarbeitungssituation [...] ebenso wie von zur Verfügung stehenden kognitiven Ressourcen“ (Petersen/Six-Materna 2006: 432) abhängen. Die im Kontext dieser Arbeit untersuchten regionalen Stereotypen werden durch ihre regional-identitätskonstituierende Bedeutung die Form eines kulturellen Erkennungscodees zugesprochen, welcher als „Ordnungswert“ verstanden wird (Buss 2002: 27) und in den Interaktionsprozessen seine Wirkung entfaltet. Einerseits schafft dieser Prozess Grenzen nach außen, indem er differenziert, klassifiziert und abgrenzt. Andererseits werden Interaktionsprozesse durch regional geprägte, mnemotopische Stereotypenaktivierung insofern beeinflusst, als dass die Handlungsalternativen von der Art und Natur des Gegenübers (sprich Outgroup), abhängen (vgl. Buss 2002: ebd.).

2.6.1. Die Theorie der sozialen Identität: Bedeutung von Stereotypen im Rahmen sozialer Interaktionsprozesse

Die Theorie der Sozialen Identität (ab hier aus Gründen der Kürze „TSI“ genannt) ist aus mehreren Gründen ein vielversprechendes theoriebasiertes Analysetool für die vorliegende Arbeit, da sie als theoretisches Rahmenkonzept zur Analyse von Intergruppenprozessen konzipiert ist und somit erlaubt, sich mit der „Bedeutung der Existenz sozialer Kategorien für Identitätskonstruktionen und Handeln“ (Schönwald 2012: 49) im Zuge von Interaktionsprozessen auseinanderzusetzen; wie die Stereotypen hier reinspielen respektive eine fundamentale Rolle als Analysedimension einnehmen, wird ebenfalls gleich erläutert. Brown und Zagefka

unterstreichen die Bedeutung dieser Theorie für durch Stereotype geprägtes intergruppaes Verhalten und bezeichnen diese als „the most influential account of intergroup behavior“ (Brown/Zagefka 2005: 56).

Anders ausgedrückt besteht das besondere Interesse hier in der „Beeinflussung des Handelns der Akteure durch vorhandene Identitäten und Stereotype“ (Werlen 1992: 11), welches die soziale Welt „über Handlungen in konkreten Interaktionssituationen konstituiert“ (Werlen 1992: ebd.) und somit besonders geeignet ist, intergruppaale Differenzierungsprozesse zu erklären. Im Mittelpunkt dieses Abschnitts steht also die Frage nach dem Ausmaß der individuellen Bedeutung und der Motivation, in welchem die Benutzung von stereotypen Bildern und Verhaltensweisen in sowohl *intra*- aber auch *innergesellschaftlichen* Kommunikationsformen und -Techniken vorkommen; ergo „den konstitutiven Folgen der Konstrukte Identität und Stereotype.“ (Schönwald 2012: 15) Das Hauptaugenmerk liegt auf der einzelnen Person und einem Versuchen, die Fragen zu beantworten, warum Individuen ihre Ingroup gegen Outgroups durch stereotypes Verhalten und stereotype Sprache abgrenzen und wieso/in welchem Ausmaß (oder ob überhaupt) eine Abwertung der Outgroup erfolgt. Stereotype bilden im Rahmen der Theorie das wohl prägendste Element im Sinne einer **limitischen Struktur [also als „Vehikel“ zur Abgrenzung (vgl. Thomas 2006: 5)]**, da sie, als konstituierende Teile einer individuellen bzw. Gruppenidentität verstanden werden. A priori steht hier Weiteres eine der grundsätzlichen theoretische Annahme zu Stereotypen, nämlich, **dass neben einer Simplifizierung und Systematisierung eine „verhaltensanpassende Funktion“ im Vordergrund steht** (Tajfel 2001: 133). Auch Petersen und Six-Materna beschreiben diese Anpassung als „selbsterfüllende Prophezeiung“ wenn sie über soziale Interaktionen sprechen, in welchen sich Mitglieder einer Gruppe den stereotypen Erwartungen ihrer Interaktionspartner anpassen (Petersen/Six-Materna 2006: 432f.) – dies kann durchaus als Beleg für metastereotype Denkmuster gelten und gleichzeitig als vielversprechendes Feld der Beforschung. Stereotype haben somit Einfluss auf Angehörige der Outgroup, welchen im Rahmen der Interaktionen mit Ingroup-Angehörigen ein gewisses stereotypes Bild „vorgesetzt“ bekommen, was schlussfolgernd wiederum darin resultiert, eine gewisse Persistenz stereotyper Imaginationen bei der Outgroup sicherzustellen. Stereotype Vorstellungen, welche durch metastereotypisch geprägte „vermutete Erwartungshaltung“ bei Mitgliedern der Ingroup im Rahmen von Interaktionen bei Outgroupmitgliedern angenommen werden, führen also *gerade dazu*, dem Stereotypen konforme Verhaltensreaktionen zu aktivieren. Dadurch wird dem vermuteten ursprünglichen Heterostereotyp seitens der Ingroupmitglieder versucht zu entsprechen – siehe hierzu beispielsweise die wegweisende Studie „Ancient Pygmalion joins contemporary management: A meta-analysis of the result“ von Brian D. McNatt (McNatt 2000). Der TSI liegt somit ein erkenntnisförderndes Potenzial zugrunde, welches sich gerade in hiesigem Kontext wunderbar nutzen lässt um die Berücksichtigung sozialer Kontexte (im Rahmen von Interaktionsprozessen) zu analysieren. Einen weiteren Grund für die Stereotypenaktivierung bei Interaktionsprozessen, ist der „grundlegenden Programmierung“ des Menschen als soziales Wesen geschuldet. Wie bereits durch Auszüge aus Rüdiger Horts Werk dargelegt, tendiert unsere Gesellschaft dazu, Verhaltensweisen zu belohnen, welche „die vorherrschenden kulturellen Werte und Normen und folglich auch entsprechende Stereotype [bestätigen]“ (Hort 2007: 17) – ein Prozess, welcher auf das Verlangen nach Anerkennung zurückzuführen ist und in Konformität resultiert.

„Obwohl es um Differenzierungsprozesse zwischen Gruppen geht, liegt das Augenmerk besonders auf der Rolle des Individuums innerhalb der Gruppe und dessen Motiven, die eigene Gruppe von anderen Gruppen zu

differenzieren.“ (Schönwald 2012: 47) Wie ebenfalls bereits dargestellt, spielen Stereotype im Kontext gewisser (imaginiertes) Erwartungshaltungen eine essentielle Rolle, welche wiederum reale Auswirkungen auf soziale Interaktionsprozesse hat. Doch nicht nur besagte Prozesse sind betroffen, denn Erwartungshaltungen (in Form von Stereotypen) können somit durch eine „Internalisierung zum selbstverständlichen Bestandteil der Ich Konzeption werden“ (Weichhart 1990: 20). Daraus lässt sich schlussfolgern, dass gerade Interaktionsprozesse und subjektiv wahrgenommene Stereotype hier einen „Teufelskreis“ bilden, da Interaktionen individuelle Stereotype fördern können und diese Stereotype wiederum durch Interaktionsprozesse weiter internalisiert werden – dann sprechen wir vom Konzept der Metastereotype, welche einen aussichtsreichen und beachtungswerten Aspekt im anschließenden Auswertungsprozess darstellen. Die Tatsache, dass Metastereotype die Kognitionen und Gefühle gegenüber Fremdgruppenmitgliedern beeinflussen und somit auch die Interaktionsprozesse, führt in der Forschung und Theorie zu der Annahme, dass „weniger Stereotype der dominanten Gruppe über die Fremdgruppe ursächlich für negative Intergruppenbeziehungen [sind] sondern Überzeugungen der dominanten Gruppe darüber, welche Stereotype die [...] Fremdgruppe über sie hat.“ (Petersen/Six-Materna 2006: 434) Somit hat bereits Henri Tajfel kurz und treffend formuliert, was Stereotype, die in Interaktionsprozessen aktiv werden, generell machen sollen, nämlich „[...] Accentuation of differences between classes, and similarities within classes [...]“ (Tajfel 2001: 138).

Bevor hier nun zum Methodenkapitel übergegangen wird, möchte ich abschließend nochmal eine Auswahl der grundlegenden theoretischen Teilkonzepte nach Petersen (da kurz und übersichtlich), die der TSI inhärent sind, beschreiben. Es ist hier aber wichtig zu betonen, dass nicht alle, sondern nur die Bestandteile der Theorie, die meinem Forschungsvorhaben zuträglich sind – und daher lediglich gewisse Schlüsselkonzepte theoretische Grundlage bilden – vorgestellt werden (folgende Punkte sind paraphrasiert nach Petersen 2020: 252f.).

- **Das Konzept des sozialen Vergleichs**

Diese theoretische Annahme rückt das Selbstkonzept einer Person und der mit ihr im Zusammenhang stehenden vermuteten Beweggründe als Vermittler zwischen sozialer Umgebung und sozialem Verhalten in den Fokus. Anders ausgedrückt: Welche Triebfeder stecken hinter einer vergleichsbasierten Verhaltensweise, welche im Rahmen von Interaktionsprozessen aktiv ist und innerhalb welcher Stereotypen als Vehikel zur Unterscheidung zwischen Angehörigen verschiedener Gruppen (Ingroup vs. Outgroup) fungieren? Ad Hoc ist ein häufig diskutiertes Motiv „das Motiv nach einer möglichst positiven Bewertung der Fähigkeiten und Eigenschaften der eigenen Person: das Motiv nach Selbstwerterhöhung.“ Hier greifen die Individuen auf den Prozess des sozialen Vergleichs als Instrument zurück, um eine positive soziale (Eigen-)Identität zu gewährleisten. Daher bietet sich in diesem Theorieartikel vor allem die Frage nach den persönlichen Motiven im Rahmen der Stereotypenaktivierung in intergruppalen Vergleichsprozessen (also Interaktionsprozessen) an.

- **Das Konzept der sozialen Distinktheit**

Dieser fundamentale Bestandteil der TSI besagt, dass eine positive Abgrenzung der Eigengruppe (die sog. „Positive Distinktheit“) durch mehrere Weisen erfolgen kann, welche einem Individuum als Handlungsalternativen im Rahmen von Interaktionsprozessen offenstehen und im Folgenden nun kurz vorgestellt werden sollen.

1. **Ein „direkter sozialer Wettbewerb“** im Rahmen von Interaktionsprozessen bildet den ersten Handlungsansatz, in welchem sich zwei Teilprozesse gegenüberstehen. Es kann es zu einer Hervorhebung der Leistung respektive der Vorzüge der Ingroup (beispielsweise im Sinne eines Identitätsangebotes, worunter auch Stereotype fallen) einerseits kommen. Die Alternative dazu stellt die Abwertung der Outgroup dar, welche beispielsweise durch Sprache respektive Ausdrucksweise erfolgt, wenn man unter anderem bedenkt, dass Dialekt oder auch Sprachspiele/Kommunikationsmodi (wie der Schmäh eben) auf ein regional geprägtes (Sprach-)Verständnis angewiesen sind, dass Angehörigen einer Outgroup verwehrt bleibt und diese schlussendlich herabsetzen/exkludieren kann.
2. **Die „Soziale Kreativität“ (vgl. Tajfel/Turner 1986):** Im Rahmen von Interaktionsprozessen wird hier die stattfindende Vergleichssituation neu definiert und zum Beispiel eine neue Vergleichsdimension, die einem positiven Abschneiden der Eigengruppe dienlich ist – hier möchte ich auf das bereits erwähnte Beispiel (welches quasi die Initialzündung vorliegender Arbeit war) verweisen, wonach Wien als unfreundlichste Stadt der Welt gewählt wurde und Wien somit einem gängigen Stereotyp von „unfreundlich“/„grantig“ entspricht und im Alltagsverstandes dies aber als positives identitäres, stereotypes Feature umdeutet indem es mit einem gewissen Stolz konnotiert wird respektive auch dazu herangezogen werden kann, sich vom Rest des Landes zu unterscheiden und somit ein identitäres Alleinstellungsmerkmal zu gewährleisten.
3. **Änderung der Vergleichsgruppe, anstatt der Dimension.** Hier wird also impliziert, dass die Aktivierung von Stereotypen eine von der Identität der Vergleichsgruppe abhängigen Faktor hat – und somit davon abhängt, welche Identität die Outgroup (bzw. Angehörige dieser) in Interaktionsprozessen innehat. (Petersen 2020: 252f.)

Gleichzeitig entfalten diese Mechanismen nur dann ihre Wirkung, wenn sie „zum einen von den Eigengruppenmitgliedern auch mehrheitlich geteilt und zum anderen von den Mitgliedern fremder Gruppen zumindest teilweise auch anerkannt werden.“ (Petersen 2020: ebd.)

3. METHODIK

Zentral ist das Paradigma der qualitativen Sozialforschung nach Philipp Mayring - der „**Symbolische Interaktionismus**“. Demnach „handeln Menschen aufgrund von Bedeutungen, die sie ihrer Umwelt zuweisen. Diese Bedeutungen entstehen und verändern sich in sozialer Interaktion, sie werden mit anderen Menschen ‚ausgehandelt‘.“ (Mayring 2010: 32) Diese dem Paradigma inhärenten Ansätze orientieren an...

- „[...] Prozessen der Sozialen **Interaktion**,
- [...] der **Perspektive des Subjektes** statt einer von außen herangetragenen Interpretation,
- [...] [dem] jeweiligen **sozialen Hintergrund**,
- [...] der **jeweiligen Situation**, in der handelnde Subjekte stehen.“ (Mayring 2010: ebd.)

Zweiter, ergänzender Ansatz ist der der **Ethnomethodologie**, welcher an „alltägliche Aktivitäten der Menschen in der Gesellschaft ansetzen [möchte], [also] an routinisierten Handlungen im Alltag.“ (Mayring 2010: ebd.) Dieser Betrachtungswinkel hilft aufzudecken, *wie Interaktionsprozesse durch dahinerliegende Wissensbestände beeinflusst werden können*. Im vorliegenden Kontext also kurzgesagt das Werkzeug liefern, den Einfluss und Bedeutung von Stereotypen für zwischenmenschliche Interaktionsprozesse zu erfassen und einzuordnen. Drittes „Standbein“ ist die **Feldforschung** (Mayring 2010: 33) - zentral sind hier *weniger* die teilnehmende Beobachtung, dafür *aber informelle Interviews in Form ero-epischer Gespräche im Feld*, wie sie Roland Girtler vorschlägt. Neben den ero-epischen Gesprächen **bilden Expert*innen- und Leitfadeninterviews** das zweite Drittel der Interview-basierten Datengewinnung – das letzte (und überschaubarste) Drittel bildet hier die von Mayring – als eher ergänzendes Analysetool – vorgeschlagene Analyse von „**Dokumenten unterschiedlichster Natur** [wie beispielsweise] **Biografien**, [...] **Zeitungen, zeitgenössische Berichte**, [...] **u.v.a.m.**“ (Mayring 2010: ebd.).

3.1. Methoden der Datenerhebung

3.1.1. Teilnehmende Beobachtung und Feldforschung

Feldforschung lebt von kreativen Einfällen der Forschenden, einer vielfältigen, kreativen Herangehensweise an das Erhebungsverfahren und den Aufenthalt im Feld. Zum einen sind es bei der Feldforschung Beobachtungen im Feld und die teilnehmende Beobachtung, die durch (*gerade* im Rahmen der vorliegenden Arbeit) Aspekte wie dem informellen Interview in Form ero-epischer Gespräche (nach Girtler) komplementiert werden. Dieser Vorschlag, derart aktiv ins Feld zu gehen, findet sich bei Vogt und Wernern als Ansatz, Interviewpartner*innen zu finden, wieder (vgl. Vogt/Werner 2014: 37). Hier bediene ich mich selbst stereotyper Vorstellungen und setze dort an, wo man „die stereotypen Wiener“ auch erwarten würde: nämlich am Würstelstand. Der Würstelstand soll hier auch beispielhaft für den mnemotopischen Forschungsanspruch stehen, da diese Arbeit, wie in der Theorie bereits dargelegt, auch untersuchen möchte, welche Mechanismen der „Stereotypisierung eines spezifischen Raumes“ (also zu einem Mnemotop - in diesem Fall der Würstelstand) für eine regionale Gesellschaft zugrundeliegend; oder anders gesagt: *Warum* wurde der Würstelstand Stereotyp?

Wie bereits erwähnt begeben sich somit aber zum besonders in der Popkultur stereotypisierten Ort selbst und gebe diesem und den damit zusammenhängenden stereotypen Imaginationen dadurch eine eigene Stimme. Zusätzlich dazu ergibt sich für mich die Möglichkeit, hier im Spannungsfeld zwischen Prozessen des Auto- und Heterostereotypisierens anzusetzen und wesentliche Erkenntnisse zu generieren. Ebenfalls komme ich, durch meinen Job bedingt, mit sehr vielen Menschen zusammen, die sich selbst als „Ur-Wiener*in“ bezeichnen würden. Daher besteht ein **wesentlicher** Teil meiner Forschung aus informellen Gesprächen im Alltag, welche, je nach sich ergebender Möglichkeit und Situation wenige Minuten bis zu einer halben Stunde dauern können und in ihrer Art somit von kurzen Anekdoten bis hin zu ero-epischen Gesprächen und Notizen (meist am Smartphone, da dies quasi immer bei der Hand ist) reichen. Zu dieser Art des Interviews – und zu den Interviews als Datengewinnungswerkzeug – im folgenden Abschnitt Näheres.

3.1.2. Interviews als Instrument der Datengewinnung

Neben den bereits angeschnittenen freien Interviews (ero-epische Gespräche) bilden Qualitative Interviews eine weitere elementare Säule der Datengewinnung. Diese basieren in ihrer Grundform auf deduktiv abgeleiteten Theorieaspekten aus dem Theorierahmen, welche auch die Hauptkategorien meines Analyserasters widerspiegelt – daher kann man hier von Leitfadeninterviews sprechen. Gleichzeitig ist hier natürlich wichtig zu betonen, dass dieses Categoriesystem dem etablierten Modus Operandi folgt, was bedeutet, dass ein Teil des Categoriesystems induktiv, durch gewonnen Erkenntnisse im Feld respektive im Zuge der Forschung gebildet wird. Die gerade erwähnten Leitfadeninterviews wiederum gliedern sich typologisch in zwei Unterarten, welche ich, je nach Interviewpartner*innen unterschiedlich einsetze: Dem Leitfadeninterview steht ein Expert*inneninterview gegenüber.

Zentral sind für jegliche Interviewform sind die „*Erzählimpulse*“ (gleich mehr dazu). Da es in der Regel bei den traditionellen sozialwissenschaftlichen Forschungsansätzen bei der Messung von Stereotypen und Vorurteilen hauptsächlich darum geht, „Personen *direkt* nach ihren Einstellungen [per Fragebogen] zu befragen“ (vgl. Fischer et al. 2018) verlangt mein Forschungsdesign nach etwas mehr Kreativität hinsichtlich der Methodenentwicklung und –Anwendung; ein Umstand, der auch darauf zurückzuführen ist, dass es – überraschenderweise – bisher wenige (kultur- und sozial)anthropologische Studien auf dem Feld der Stereotypenforschung gibt. Ein Kennzeichen eines qualitativen Forschungsprozesses besteht darin, dass „es nicht „die“ Methode gibt, sondern ein methodisches Spektrum unterschiedlicher Ansätze, die je nach der Fragestellung und Forschungstradition ausgewählt werden können.“ (Flick/Kardorff/Steinke 2010: 22) Daher bilden hier gewisse Triangulationsmethoden die optimale Lösung um eine fundierte, theoretische Annäherung an den Gegenstand einerseits und eine vielversprechende, erkenntnisreiche Auswertung andererseits zu gewährleisten.

3.1.2.1. Informelle/Freie Interviews Respektive Ero-Epische Gespräche (nach R. Girtler)

„Die Information muss aus dem vollen, direkt beobachteten Leben [...] kommen und nicht als spärliche Erzählung zögernden Informanten entlockt werden.“
(Girtler 2001: 67)

Die bereits erwähnten informellen Interviews in Form von ero-epischen Gesprächen stellt mein primäres Datengewinnungsinstrument im Feld dar und waren schon immer wesentliche Elemente, Informationen zu erhalten, welche im Rahmen formeller Interviews so nicht zu erhalten sind und „zumeist unmittelbar in informellen Feldforschungssituationen [entstehen], wobei anders als beim rezeptiven Interview Forschende entlang ihrer Interessen und Fragen den Gesprächsverlauf durchaus strukturieren [können].“ (Mey/Mruck 2019: 5) Dies ist ein Grund, warum diese Gesprächsform für mich als optimales Tool zur Datengewinnung empfunden wird und besonders im Kontext der vorliegenden Arbeit als vielversprechend erscheint. Da der klassische Ansatz in der Stereotypenforschung der ist, Leute einerseits direkt nach ihrer Einstellung zu befragen und dies andererseits und wie in dieser Arbeit an anderer Stelle bereits dargelegt, eher mittels quantitativen Erhebungsmethoden passiert, unterliegt mein Forschungsdesign einer gewissen Offenheit und Neuheit im Rahmen der Datengewinnung und –Auswertung. Ausdruck dieser Herangehensweise sind auch die freien Interviews, welche sich im Rahmen der vorwissenschaftlichen Arbeit als fruchtbarster und vielversprechendster Ansatz zur Datengewinnung im Rahmen von Gesprächen im Feld respektive im informellen und spontanen Rahmen ergeben haben. Vor allem die lockere Atmosphäre [„gemäß dem Prinzip der Egalität auf die gleichberechtigte Kommunikation zwischen Forschenden und Beforschten“ (Mey/Mruck 2019: 6)], welche diese Gespräche in ihrer Form und Durchführung suggerieren soll, ist für ein heikles Thema wie Stereotype und Vorurteil eine nicht zu vernachlässigende konzeptionelle Stärke. Denn gerade für den „Sozial- und Kulturforscher, der sich intensiv mit menschlichen Lebenswelten beschäftigt, [ist es] wichtig, sich auf Gespräche einzulassen, bei denen der Forscher und Forschungssubjekt auf der Ebene der Gleichheit sich bewegen. Dies kann am Biertisch, in einem Nachtclub oder in einem alten Bauernhaus sein.“ (Girtler 2003: 221) Demnach handelt es sich bei einem ero-epischen Gespräch um ein eingehendes Gespräch, bei welchem sich beide Gesprächsteilnehmenden öffnen, um in die „wahren“ Tiefen einer Kultur vorzudringen.“ (Girtler 2003: ebd.) Neben der lockeren Atmosphäre bringen die Forschenden den persönlichen Background, die persönliche Erfahrungen und Betrachtungen mit ein, was die Konversation am Leben hält und zusätzlich zu einem egalitären Klima beitragen sollte. Der Ansatz der Egalität spiegelt sich auch in der Tatsache wider, dass hier explizit der Terminus „Gespräch“ anstatt von „Interview“ betont wird. Darüber hinaus spricht für den Charakter des ero-epischen Gesprächs, dass es sich auch im Rahmen der vorwissenschaftlichen Arbeit als induktives Forschungswerkzeug herausgestellt hat, da mir im Rahmen solcher Gespräche stereotype Aspekte erklärt wurden, die ich selbst nicht bedacht hatte und auf die reflexive Komponente dieser Datenerhebungsmethode zurückzuführen ist. Obwohl Fragenkomplexe bei dieser Methode nie im Vorhinein festgelegt werden, scheint es mir doch wichtig, vor den Ausflügen ins Feld gewisse „grundlegende Fragen“ in Form eines lockeren Leitfadens zu verfassen; hier widerspreche ich also dem Modell von Girtler. Dies bietet in meinen Augen zwei wesentliche Vorteile: Erstens, trotz eines betont familiär-lockerer Umgangs, ist es doch wichtig, das Forschungsvorhaben nicht aus den Augen zu verlieren; daher sind gewisse, lockere Leitfäden (oder auch nur einzelne Leitfragen) gut, um eine Konversation bei Bedarf im Rahmen zu halten, ohne dabei mein Gegenüber

allzu sehr auf ein spezifisches Thema reduzieren zu wollen. Girtler schlägt vor, ein ero-episches Gespräch auch mit einer Frage oder Feststellung zu beginnen, um ein längeres Narrativ zu initiieren, welches dann fortlaufend stimuliert wird durch die Konversation selbst (Girtler 2003: 224). Auch bin ich mir der Tatsache bewusst, dass bei dieser Gesprächsform Suggestivfragen gefragt werden, welche zum Schluss zu irreführenden Schlüssen führen können – aber auch hier hat Girtler eine Lösung parat: Man muss bewusst suggestiv Fragen stellen, um das Gegenüber somit zu weiteren Informationen oder gar Richtigstellungen zu „provozieren“ – Girtler nennt dies auch „Forscherintervention“ (Ottermann 2005: 20) und welche sich gerade bei einem heiklen Thema wie Stereotypen im Zuge der vorwissenschaftlichen Arbeit bereits als vielversprechende Herangehensweise herausgestellt hat, da meine bisherige, persönliche Erfahrung gezeigt hat, dass die Personen im Feld eher dazu tendieren, über Stereotype zu sprechen, wenn diese dazu „proviziert“ werden. Diese Suggestionen können von klassischen, zur Berichtigung auffordernden Fragen, bis hin zu Behauptungen über den untersuchten Gegenstand reichen. Hier ist das Ziel vor allem, die Befragten zu *expliziten* Aussagen und Richtigstellungen zu führen (Girtler 2001: 158ff.). Ich beabsichtige im Grunde genommen also, den Gesprächspartner*innen Dinge zu entlocken, welche für sie offensichtlich respektive „nicht erwähnenswert“ sein könnten, was durch die reflexive Natur der Gesprächsstruktur somit sichergestellt werden kann und geradezu exemplarisch für die Kultur- und Sozialanthropologie steht in dem Sinne, als das Forschende der Anthropologie stets den Blick für das Banale und Alltägliche beibehalten sollten. Stefanie Vogt und Melanie Werner betonen ebenfalls die Wichtigkeit und Legitimität dieses Ansatzes und nennen diese Erzählaufforderungen „Erzählimpulse“ welche in Form alltagsnaher Fragen erscheinen und das Gegenüber zum Erzählen anregen soll (Vogt/Werner 2014: 27). Diese Erzählimpulse sind auch grundlegender Bestandteil von Leitfadeninterviews respektive den ihnen zugrundeliegenden Leitfäden – auf diesen Sachverhalt wird im Zuge des folgenden Abschnitts genauer eingegangen.

3.1.2.2. Leitfadeninterviews

Eine der wohl positivsten und erfreulichsten Erfahrungen, die ich aufgrund meines Themas machen konnte, war die Tatsache, dass dieses in meinem sozialen Umfeld auf sehr reges Interesse gestoßen ist und ich sogar ablehnen musste, da der Erhebungsaufwand den Rahmen um ein vielfaches gesprengt hätte. Da jedoch dieses Umfeld durch persönliche Beziehungen geprägt ist, und diese Tatsache einen Einfluss auf den Anspruch der Objektivität im Rahmen meiner Forschung haben könnte, habe ich mich durch Mundpropaganda an die sozialen Umfelder meines sozialen Umfeldes „weitervermitteln“ lassen. *Die Voraussetzung für mein Gegenüber bei den Interviews* war, dass sie ihre Sozialwerdung und Enkulturation in Wien erfahren haben, das „Wiener*insein“ einen wesentlichen Part der Selbstidentität einnimmt und gleichzeitig eine gewisse Kenntnis über die (zumindest) gängigsten Wiener Stereotype haben. Eine weitere Stärke der Interviews ist vor allem die Tatsache, dass „die Informationen in statu nascendi aufgezeichnet werden können, unverzerrt-authentisch sind, intersubjektiv nachvollzogen und beliebig reproduziert werden können.“ (Lamnek/Krell 2010: 301) Zwar basieren die Leitfäden, wie erwähnt, auf deduktiven Kategorien, jedoch sind diese Leitfäden hinsichtlich zusätzlichen Erkenntnisgewinns so offen angelegt, dass auch immer Raum für eine (optionale) induktive Hypothesengenerierung ist. Dies ist insofern essentiell, als dass ein rein deduktives oder induktives Vorgehen gewisse Erkenntnisse vielleicht „unter den Tisch“ fallen lassen könnte. Interviews sind generell als

„Instrument‘ zum Abfragen von (Fakten-)Wissen wenig geeignet [...], sondern sie helfen, Erzählungen zu generieren, Argumente und Begründungen zu explorieren oder ausführliche Beschreibungen einzuholen, die [...] in einem Gespräch hervorgebracht werden. Zudem sind Interviews [...] immer dann zu wählen, **wenn es um persönliche Narrationen bzw. um sensitive Themen geht, die ein vertrauensvolles Klima voraussetzen.**“ (Mey; Mruck 2019: 16)

Besonders im Rahmen der persönlichen Narrationen respektive bei sensiblen Themen ist neben den angeführten Vorteilen auch die Rolle der bereits erwähnten Erzählimpulse/Erzählaufforderungen nicht zu vernachlässigen. Diese sind nicht im „eigentlichen Sinne Fragen [...] sondern Erzählaufforderungen. [...] Sie fordern die Befragten auf, zu einem bestimmten Thema frei zu erzählen und geben Raum, Antworten jenseits der Vorannahmen zu entwickeln“ (Vogt/Werner 2014: 25), was einer induktiven Arbeitsweise besonders zuträglich ist. Diese Erzählimpulse sind gerade für meine Forschung wesentlich, da es sich bei dem Thema Stereotype um ein „delikates“ Thema handelt, welches aufgrund seiner intrinsischen Natur einen gewissen negativen Touch hat und ich hier eventuell sogar Gefahr laufen kann, eher Antworten der „sozialen Erwünschtheit“ zu erhalten. Daher erscheint mir der bereits erwähnte Gedanke der Egalität und Augenhöhe *essentiell* – dies wird v.a. durch das Einbringen meiner Person, meines Background und durch die Möglichkeit, meinem Gegenüber (auf Wunsch) hundertprozentige Anonymität zuzusichern, sichergestellt. Einige Impulse sind so offen konzipiert, dass sie möglichst viele Kategorien umfassen (Vogt/Werner 2014: 25) – dies ist insofern wichtig, wenn man die Tatsache berücksichtigt, dass Stereotype in der Theorie sich häufig nicht in eine starre Kategorie einordnen lassen sondern nicht selten dazu neigen, transkategorialen Charakter aufzuweisen. Besonders wichtiges Element meines Leitfadens bilden mit Augenmerk auf mein Arbeitsthema, wie Vogt und Werner es nennen, „das Anbieten von Deutungen („Habe ich Sie richtig verstanden?“) oder die Konfrontation mit Widersprüchen („Sie haben vorhin gesagt, dass“).“ (Vogt/Werner 2014: 25) Die letzten zwei Fragetypen finden sich ähnlicher Form als Erzählimpuls respektive Suggestivfragen auch bei Girtlers ero-epischem Gespräch und zielen darauf ab, die Gesprächspartner*innen zum Erzählen anzuregen und durch ein, diese Fragen durch ein impliziertes „Deutungsangebot“ die subjektiv-individuellen Stereotypenaspekte hervorzubringen und somit das „Herauskristallisieren“ der für mich wichtigen Aspekte der individuellen Stereotypenhaushalte voranzutreiben und somit wesentliche und analysierbare Daten zu generieren.

3.1.2.3. Expert*inneninterviews

Expert*inneninterviews bilden eines der Fundamente meiner Methodologie im Rahmen der Datenerhebung, denn wie schon Philipp Mayring schreibt, sind „im Rahmen von anthropologischer oder zeitgeschichtlicher Forschung [...] dieser Typus des Interviews relativ verbreitet“ (Mayring 2010: 33). Besonders in Anbetracht des behandelten Themengebiets, welches sich durch die sporadische wissenschaftlichen Literatur bezüglich Wiener Stereotype auszeichnet, sind Expert*inneninterviews als unabdingbar und notwendig zu verstehen. Sie basieren auf vorstrukturierten Leitfadeninterviews, die sich, je nach Interviewpartner, ad hoc auf verschiedene Themenkomplexe fokussieren. Als Beispiel ist hier das Interview mit Erich aus dem Bestattungsmuseum zu erwähnen, welches auf die rituelle, historische und mentale Entwicklung und Tradierung der Wiener Stereotypen fokussiert und gleichzeitig, da das Interview mit der „Seite“ der aktiven Stereotypen(Re-)produktion geführt wurde, auch die Rolle im Rahmen der Tradierung von Stereotypen durch öffentliche

Institutionen im Rahmen der Sozialisation beleuchtet. Daher ist es offenkundig, dass ich keinen „einen Leitfaden“, sondern mehrere, an die Situationserfordernisse angepasste, modifizierbare Leitfäden habe. Oder wie Antje Schönwald schreibt: „One major strength of qualitative research is the fact that interviews can and should be adjusted, acknowledge the uniqueness of each interview partner and not only to view him as a simple supplier of data.“ (Schönwald 2012: 102) Darüber hinaus ist es auch von grundlegender Bedeutung, diese Interviews auch immer nach neuen Themen und Ideen zu analysieren (hier also eine induktive Herangehensweise zu forcieren), welche beispielsweise in Form von Hintergrundwissen zu einer besseren Kontextualisierung einzelner Subkategorien beitragen können oder auch einzelne Kategorien zu erweitern oder zu modifizieren. Das wiederum bedingt, dass mein Kategoriensystem somit notwendigerweise weder rein induktiv, noch rein deduktiv ist, sondern eine, in der wissenschaftlichen Praxis gängige, Mischform aufweist.

Da es sich aber von seiner Natur her trotzdem um ein „Informatorisches Interview“ handelt, steht hier der (deskriptive) Informationsgewinn und die „Erfassung von Tatsachen aus den Wissensbeständen der Befragten“ (Lamnek/Krell 2010: 305) im Vordergrund. Zwar liegt hier der Fokus weniger auf dem subjektiv-individuellen Identitäts- und Stereotypenhaushalt meines Gegenübers, jedoch möchte ich mir die Option offen halten, persönliche Aspekte, welche meiner Forschung zuträglich sind, ebenfalls zu berücksichtigen.

3.1.2.4. Leitfadeninterviews mit Wiener*innen

Neben den ero-epischen Gesprächen als primäres Datengewinnungstool im Feld sind auch im Rahmen der Leitfadeninterviews bestimmte Vorüberlegungen ausschlaggebend gewesen. Um den „Lebenswelten ‚von innen heraus‘ aus der Sicht der handelnden Menschen“ (Flick/Kardorff/Steinke 2010: 14) und somit Konstruktionen von Eigen- und Fremdbildern inklusive deren damit verbundenen subjektiv-individuellen und bedingenden stereotypen Wahrnehmungs- und Interpretationsprozessen näher zu kommen, habe ich mich für das „Grundgerüst“ des Leitfadeninterviews entschieden. „Grundgerüst“ deswegen, weil ich die Interviewform mittels *Within-Method-Triangulation* mit Elementen des narrativen Interviews kombiniere. Beabsichtigt ist, die Erzählimpulse so zu designen, dass „die Probanden zu Stegreiferzählungen über ihre Erfahrungen in verschiedenen Situationen“ (Sorokina 2012: 125) angeregt werden. **Ziel ist, für meine Gegenüber als individuell stereotyp empfundene und interpretierte Begebenheiten, Denkmuster und/oder Wesenszüge „herauszufiltern“**, um summa summarum Einblicke in und Bedeutung der individuellen Stereotypenhaushalte zu bekommen. Somit liefern diese Elemente „wertvolle Daten über die Verwendung der Stereotype als Deutungsmuster und die Verarbeitung der vom Stereotyp abweichenden Informationen.“ (Sorokina 2012: ebd.) Hier spielen, wie beim ero-epischen Gespräch, auch Suggestionen eine Rolle, da

„man nur durch suggestive Fragestellung bewirken [kann], dass Dinge offenbart werden, an die der Befragte nicht denkt, weil sie eben für ihn selbstverständlich sind. [...] Sie soll nur dazu anhalten, auch solche Sachverhalte zu berichten, die zunächst nicht berichtenswert erscheinen oder die aus irgendwelchen anderen Gründen noch nicht benannt worden sind.“

(Lamnek/Krell 2010: 355)

Da der Leitfaden in seinen Grundzügen durch seine theoretische Fundierung bereits an Vorannahmen anknüpft (die wiederum an Theorieaspekte anknüpfen), bedeutet dies zwar, dass „das Prinzip der Offenheit und möglichst großen Unvoreingenommenheit der qualitativen Sozialforschung hier nur begrenzt eingehalten

wird.“ (Vogt/Werner 2014: 10). Der somit sich ergebende „subjektive Anteil“, welcher auch die suggestiven Aspekt meiner Gesprächsstrukturen einerseits, und meinen persönlichen Background andererseits, bedingt wird, ist mir durchaus bewusst. Diese Faktoren stehen aber einem erheblich größeren Nutzen gegenüber wenn man bedenkt, dass diese einen wenig erforschten Bereich der Stereotypendynamik(en) im Fokus haben. Auch die nach Flick u.a. wesentlichen Kennzeichen qualitativer Forschung können hier durchaus als erfüllt aufgefasst werden. Neben dem „Prinzip der Offenheit, Konstruktion der Wirklichkeit als Grundlage, Perspektiven der Beteiligten, Kontextualität als Leitgedanke, Orientierung am Alltagsgeschehen und/oder Alltagswissen, Verstehen als Erkenntnisprinzip, Entdeckung [...] als Ziel“ (Flick u.a. 2010, zitiert nach Sorokina 2012: 121).

3.2. Das Kategoriensystem

Da eine Auseinandersetzung mit Arten von Stereotypen sich im Rahmen der Entwicklung eines Kategoriensystems aufgrund der Tatsache, dass sich Stereotype selten auf ein einziges Merkmal beziehen und somit häufig in Mischformen auftreten (die zwischen unterschiedlichsten Bereichen wie etwa Religion, Alter, Klasse und Herkunft oder auch Region angesiedelt sind und sich überlagern können) (Thiele 2015: 18), ist eine durchdachte und schlüssige Kategorienerstellung unabdingbar.

Wie im Theoriekapitel erläutert, gibt es zu bestimmten stereotypen Aspekten (wie die Betrachtung der Stereotypenbedeutung im Rahmen von Interaktionsprozessen durch die TSI) einen wesentlich fundierteren wissenschaftlichen Textkorpus als beispielsweise zum Thema der (Re-)Produktion von Stereotypen im Rahmen von Institutionen wie Museen oder im regional geprägten Alltags- und popkulturellen Kontext. Hier möchte ich mich an einer gängigen Kombination in den Sozialwissenschaften orientieren, wie sie auch Stefanie Vogt und Melanie Werner in ihrem Leitfaden zur Forschung mit der qualitativen Inhaltsanalyse formulieren (vgl. Vogt/Werner 2014), orientieren und die Oberkategorien deduktiv zu entwickeln – also im Rahmen vorwissenschaftlicher Arbeit tief in die Theorie einzutauchen. Diese deduktive Herangehensweise mit Blick auf das zu gewinnende Datenmaterial hat also den Vorteil, bereits mit der grundlegenden theoretischen Materie vertraut zu sein, welche dann in im Theoriekapitel festgehalten wird und eine theoriebasierte Leitfadenerstellung vor der Durchführung der Interviews erlaubt. Der induktive Aspekt erlaubt aber gleichzeitig, dass Unterkategorien später anhand der gewonnenen Erkenntnisse und Daten induktiv gebildet/eingeordnet werden können, welche bei einem rein deduktiv erstellten Analyseraster sonst vielleicht „durchgefallen“ wären und somit eventuelle wichtige Erkenntnisse übersehen worden sein könnten. Somit kann man sagen, dass das Grundgerüst respektive die Überkategorien auf einem deduktiv hergeleiteten, theoriebasierten Kategoriensystem, das um einen möglichst umfassenden Erkenntnisgewinn im Rahmen dieser Arbeit zu bewerkstelligen, basiert, welches gleichzeitig durch induktiv hergeleitete (Unter)Kategorien ergänzt wird. Besagtes System „borgt“ sich theoretische Elemente unterschiedlichster Disziplinen aus, welche sich mit der Stereotypenforschung befassen. Im Folgenden werde ich nun, Philipp Mayring folgend, drei wesentliche Schritte ergreifen, um die grundlegende methodische Nachvollziehbarkeit dieser Arbeit zu gewährleisten. Ich werde ganz klassisch für diese Art der Arbeit deduktiv abgeleitete (Ober-)Kategorien vorstellen, diese dann zweitens mittels Ankerbeispielen definieren und drittens, Kodierregeln festlegen, um eindeutige Zuordnungen des Datenmaterials zu ermöglichen und somit eine scharfe Trennung zwischen den Kategorien zu gewährleisten (Mayring 2010: 92); diese Kodierregel entfällt aber, wenn die Kategorie selbsterklärend ist

(Vogt/Werner 2014: 54). Bevor es aber nun zum letzten Teil des Methodenskapitels geht, möchte ich noch eine konzeptionelle Trennung in zwei „Metakategorien“ erwähnen. Diese erschien mir als das richtige Vorgehen hinsichtlich zweier diametraler Forschungsansätze dieser Arbeit: Kategorie(n) der „passiven“ Stereotypenreproduktion stehen der „aktiven“ Reproduktion (durch Aktivierung/Rückgriff/Selbstweitergabe im Rahmen von sozialen Interaktionsprozessen) stereotyper Imaginationen gegenüber. Das Ausarbeiten und **Veranschaulichen der dahinterliegenden Strukturen und Prozesse des Fortbestehens von Stereotypen** und die gleichzeitige individuelle Bedeutung dieser für die eigene Identität und als Abgrenzungsmechanismus sind somit Kern des Erkenntnisinteresses dieser Arbeit.

3.2.1. Die *passive* Seite der Stereotypen(re-)produktion

Im Rahmen dieser Kategorie widme ich mich in gewissem Sinne der „passiven“ Stereotypenreproduktion und stelle die Region und ihre Rolle als „Lieux de Mémoire“ in den Fokus – kurzum: Welche Aspekte des Identitätsangebotes Wiens werden als Stereotyp verstanden und wieso werden diese so verstanden? Was führt zur Stereotypisierung bestimmter Orte (konkret: der Würstelstand) oder wieso werden gewisse Values (wie der Schmah oder der „Hang zum Morbiden“) zu stereotypen Bildern über Wiener*innen? Der bereits vorgestellte Begriff der „Indikatorrelation“, hilft hierbei, von meinen Gesprächspartner*innen als stereotyp gewertete Aspekte und ihrem dahinter liegenden, über die bloße Verwendung hinausreichenden, Sinn, miteinzubeziehen. Daher ist hier die *sinn- und bedeutungstiftende Funktion* von „Lieux de Mémoire“ der individuellen Stereotypenhaushalte Kern der Beforschung.

3.2.1.1. Die Region und das ihr inhärentes Stereotypenangebot: „Lieux de Mémoire“ als mnemotopische Quelle des Stereotypenhaushaltes

Wenn wir an eine Region denken, fallen uns im ersten Moment gewisse Konnotationen mit dieser ein. Beispielsweise sind hier physische Orte, Sprache/Dialekte, Liedgut, Geschichte(n) der Region, ihre Mythen und Narrative – aber auch emotional-affektive Aspekte wie Stolz, Mentalität(en) und Herkunftsgefühl zentrale Elemente eines Selbst- und Fremdbildes. Ergo weisen all diese Dinge einen regional-konnotierten Zusammenhang auf, aus welchem sich stereotype Vorstellungen speisen. Hier spielt der von Pierre Nora geprägte Begriff „Lieux de Mémoire“ eine zentrale Rolle (siehe Nora 1984; 1986; 1992) – in der Wissenschaft gemeinhin als „Mnemotop“ bezeichnet und um Rahmen des vorliegenden Categoriesystems meines Erachtens besonders geeignet als „Linse der Betrachtung“. Im Rahmen dieses Konzeptes, wenn man nun Pethes Gedanken zu Mnemotopenbegriff auffasst, fallen somit autobiografische und kollektive kulturelle und soziale Aspekte unter diesen Begriff (Pethes 2015: 196). Denn neben „Einerseits konkrete[n] geographische[n] und architektonische[n] Orte[n]“ (Pethes 2015: 197), gesellen sich „andererseits argumentative oder metaphorische Gemeinplätze.“ (Pethes 2015: ebd.), welchen einzelne regionale Identitätsaspekte (somit auch Stereotypenaspekte) wie Verhaltensweisen, Sitten, Lebensstile, Schicksalerfahrungen (Im Sinne von Mythen, Tragödien,...), Symbole und Rituale innewohnen. Hieraus ergibt sich eine diese Kategorie erste begleitende Frage: Warum werden manche Orte und Werte als stereotyp verstanden, was trägt dazu bei, diese Ideen zu (re)produzieren und welche Bedeutung haben diese für den Stereotypenhaushalt meiner Gesprächspartner*innen? Im Kern dieser Kategorie finden sich mehrere Subkategorien, welche auf jeweils

einen bestimmten Aspekt der Stereotypenreproduktion Bezug nehmen und im Folgenden vorgestellt werden sollen.

3.2.1.2. Räume als mnemotopische Quellen für den Stereotypenhaushalt

Es handelt sich im Rahmen dieser Kategorie um die Frage, wieso ausgewählte Orte, also „Lieu de Mémoire“ [(„Lieu“ frz. Einzahl von „Lieux“; Anm.) in hiesigem Kontext also tatsächlich als physisch vorhandener Raum zu verstehen] zu Stereotypen Ankerpunkten im Rahmen eines regionalen Identitätshaushaltes werden respektive diesen reproduzieren. Ich versuche im Rahmen dieser Kategorie *zwei grundlegende Dinge* herauszufinden. Einerseits die im vorhergehenden Satz gestellte Frage zu beantworten, welche Prozesse hinter der „Stereotypwerdung“ eines regionalspezifisch verstandenen Ortes (ad hoc anhand des Beispiels Würstelstand) nachzuzeichnen und verständlich zu machen. Andererseits möchte ich anhand des Beispiels Bestattungsmuseum auch aufzeigen, wie eine regional-stereotyp konnotierte (Wissens)Institution zur Reproduktion von regionalen Stereotypen beiträgt.

Zwar sind diese zwei Orte als referenzielle Ankerpunkte der jeweiligen Subkategorien zu sehen, jedoch sind diese Kategorien natürlich auch darauf ausgelegt, induktive Ergebnisse zuzulassen, insofern, als dass es selbstverständlich noch andere Mnemotope gibt, welche an einem Wiener Stereotypenbild beteiligt sind (Sonst würde Wien in einem stereotypen Verständnis ja quasi nur aus dem Bestattungsmuseum und Würstelständen bestehen).

3.2.1.3. Orte als mnemotopische Ankerpunkte des Stereotypenhaushaltes

- **Definition**

Der Fokus liegt im Rahmen dieser induktiv-basierten Kategorie auf der Frage, wie und wieso real greifbare Orte im individuell-subjektiven Stereotypenhaushalt meiner Gesprächspartner*innen zu Quellen stereotyper Imaginationen und somit zu als stereotyp verstandenen und regional geprägten „Lieux de Mémoire“ – also zu Mnemotopen – werden. Wie bereits weiter oben beschrieben, werden die dahinterliegenden Prozesse der „Stereotypwerdung“ eines Ortes beispielhaft am Wiener Würstelstand beschrieben werden. Da es aber in einem popkulturellen Alltagsverständnis über Wien noch zahlreiche weitere Orte gibt, welche bereits bei Gesprächen mit mehreren Personen im Rahmen der vorwissenschaftlichen Arbeit genannt wurden, ist diese Kategorie zwar darauf bedacht, Stereotypisierungsprozesse anhand des Würstelstandes zu erklären, möchte aber auch induktiv ergebnisoffen bleiben, um für zusätzliche, ergänzende Erkenntnisse Platz zu bieten.

- **Ankerbeispiel**

Aus ersten Gesprächsanalysen aber konnte ich den Würstelstand als mnemotopisch-stereotyp erfassen; was diesen jedoch warum zum Hort von stereotypen Imaginationen macht, wird erst in der abschließenden Auswertung evident. In einem kurzen Gespräch mit einer Tiroler Reisegruppe am Würstelstand Pilgramgasse könnte die Aussage mehrerer Gruppenmitglieder liefern, welcher besonders auf eine Dokumentation auf ORF3 verwiesen haben, mit dem Titel „Unser Österreich - Der Wiener Würstelstand“

(ero-episches Gespräch: Reisegruppe Tirol, Wien, 21.11.2023) und somit ein erster Indikator dafür ist, dass die mediale Komponente für die Herstellung von örtlich Heterostereotypen nicht unwesentlich scheint. Gleichzeitig wurde ich von zweien Gruppenmitgliedern aber darauf hingewiesen, dass ihnen der Würstelstand bereits vorher Bestandteil ihres Stereotypenbildes von Wien war und dies durch diesen Beitrag lediglich verstärkt wurde.

- **Codierregel**

Grundsätzlich greifen Aussagen reale Orte betreffend in dieser Teilkategorie, welche darüber hinaus mit zusätzlichen Informationen die Bedeutung für den individuell-subjektiven Stereotypenhaushalt angereichert sind.

3.2.1.4. Institutionen als Mnemotope (anhand des Beispiels Bestattungsmuseum)

- **Definition**

Die Befassung der Wissenschaft(en) mit Institutionen als Träger und (Re-)Produzenten von Stereotypen einer regionalen Gesellschaft sind rar. Daher bietet der akademische Textkorpus kaum eine dieser Arbeit vorangegangene theoretische Auseinandersetzung und gleichzeitig aber die Möglichkeit, im Zuge der Forschung und Auswertung *induktiv* zu arbeiten und somit grundlegende Erkenntnisse für eine zukünftige Beforschung des Topics zu erleichtern. Nicht von der Hand zu weisen ist, dass es gewisse Institutionen gibt, welche ein konstituierendes Element im Identitäts- und Stereotypenhaushalt einer Region darstellen und somit zentral für das Selbst- und Fremdbild der Bewohner*innen einer Region sind. Einen solchen Ort stellt das Bestattungsmuseum dar, welches in direktem Zusammenhang mit einem permanent kolportierten Stereotypen (Tod und Wien) steht. Hier stellt sich die Frage, wie Institutionen respektive institutionalisiertes Wissen dazu beitragen können, Stereotype zu tradieren und zu formen. Einerseits sind ein Besuch im Bestattungsmuseum und der Analyse der Begleittexte und Objektbeschreibungen, ein Interview mit einem der Verantwortlichen (Erich Traxler) aber auch Input aus Gesprächen mit allen Gesprächspartner*innen (sowohl im Rahmen von formellen Interviews, aber auch sich ergebenden informellen und ero-epischen Gesprächen im Feld) grundlegend um verwertbare Ergebnisse aus dieser Teilkategorie zu gewinnen. In diesem Bereich bietet es sich besonders an, induktiv zu arbeiten – dies schlägt sich auch in meinem Kategoriensystem nieder, da es für die Stereotypen(re-)Produktion im öffentlich-institutionellen und/oder pop-alltagskulturellen Rahmen kaum theoretische Auseinandersetzungen gibt. Einem Manko, wie die Nichtberücksichtigung des Entstehungskontextes, also der „Einstellungen der hinter den Dokumenten stehenden Untersuchungspersonen“ (Lamnek; Krell 2010: 456) wird insofern entgegengetreten, als dass Erich in seiner gestaltenden Rolle im Rahmen der Ausstellungen mit seinen eigenen Stereotypen Werten und Vorstellungen über Wien einen wesentlichen Einfluss auf die Vermittlung der Stereotype hat. Hier ergibt sich eine Chance, ein holistischeres Bild im Rahmen der Frage, wie Personen (und deren Stereotypenhaushalt) hinter Institutionen die Stereotypenbildung und -Tradierung im institutionellen Rahmen beeinflussen.

- **Ankerbeispiel**

Bereits die erste Plakette mit dem Titel „Wien und ‚die schöne Leich‘“ im Eingangsbereich des Bestattungsmuseums impliziert eine Stereotypisierung und Verschmelzung der Todesthematik und der Stadt Wien: „Man sagt den Wienerinnen und Wienern ein besonderes Verhältnis zum Tod nach. „Die schöne Leich“ ist nicht nur ein aufwändiges Leichenbegräbnis. Sie ist auch Ausdruck einer Lebenshaltung: Der Tod ist unvermeidlich – also feiern wir ihn. [...] der Tod hat in Wien immer seinen Platz.“

(Bestattungsmuseum 2022) Dass dieser Begrüßungstext parallel ebenfalls in Englisch und daher für ein internationales Publikum zugänglich ist, ist hier also für internationale Besuchende ebenfalls zu einer nicht-deutschsprachigen Aufrechterhaltung des Stereotyps und Heterostereotypisierung der Todesthematik in Verbindung mit der Stadt Wien impliziert.

- **Codierregel**

Die Codierregel für diese Subkategorie besteht aus mehreren Aspekten.

Es werden Objektbeschreibungen und Ausstellungstexte auf Herstellung oder Wiedergabe stereotyper Konnotationen hin analysiert und ausgewertet. Je nach Zusammenhang werden auch Erkenntnisse berücksichtigt, welche Erich, seinen Stereotypenhaushalt und seine gestalterische Rolle im institutionellen Rahmen berücksichtigen. Hier geht es darum, die „Pfade“, welche aus persönlichen Stereotypen Imaginationen entspringen und in Texten, der Aufmachung und somit der institutionellen Weitergabe von Wiener Stereotypen münden. Ergänzend werden aber auch Texte, Infoblätter und Flyer wie beispielsweise vom Wien Tourismus (siehe Egghardt 2020) und explizit die Todesthematik für interessierte Tourist*innen betont, in die Analyse miteinbezogen.

3.2.1.4.1. Die Geschichte als Mnemotop: Die Region und ihre Erzählungen als mnemotopische Bezugsquelle für den Stereotypenhaushalt

- **Definition**

Zentral ist hier die Rolle der geschichtlichen (kollektiven als auch individuellen) Bezüge im Sinne dessen, dass die Geschichte selbst als Grundlage für Identitäts- und Stereotypenkonstrukten von meinen Gesprächspartnern herangezogen wird. Dass Geschichte eine Schlüsselrolle für den Stereotypenhaushalt einer Gesellschaft (aber auch von Individuen) bildet, lässt sich, wie bereits im Zuge des Theorieabschnittes erläutert, durch Völkertafeln belegen. Diese wiederum beruhten auf stereotypen Vorstellungen, die nachfolgenden Gesellschaftsbilder prägten und nach wie vor prägen. Geschichte, regionale Geschichten, Mythen und Erzählungen können als Grundlage für stereotypes Wissen und somit auch konstituierendes Element für den Stereotypenhaushalt gelten. Wenn man hier nun Hahn folgt, der postuliert, dass Stereotypen von Geschichtsbildern beeinflusst (vgl. Hahn 2017: 151) werden, ist diese insofern von fundamentaler Bedeutung für das identitäre Verständnis einer Gesellschaft und eines Individuums, da Geschichte dazu neigt, gewisse ihr inhärenten Geschichtsbilder zu Stereotypen „mutieren“ zu lassen (Hahn 2017: 150). Somit ist das forschungsorientierte Interesse dieser Kategorie historisch konnotiert: Wie und welche historische Mnemotope werden genutzt, um Stereotypen zu reproduzieren?

- **Ankerbeispiel**

Als Ankerbeispiel möchte ich hier eine Aussage Erich Traxlers heranziehen, welche geradezu phänotypisch für die (regionale) Geschichte als Quelle stereotyper Vorstellung dient – also wie geschichtliche Fakten Eingang in den Stereotypenhaushalt einer regionalen Gesellschaft finden. Denn ein gängiger Stereotyp über Wiener*innen ist der Hang zum Morbiden in Verschränkung mit einer gewissen Weinseeligkeit und einer resignierend-humoristische „Akzeptanz der eigenen Vergänglichkeit“ (welche sich auch im Textkorpus zahlreicher Wienerlieder findet). Im Interview ist dies Folgendes (auf die Frage, was den Tod so stereotyp Wienerisch macht): „Das, was halt Wien *noch mehr rauskehrt*, ist wennst geschichtlich jetzt zurückgehst – haben so ziemlich alle mit der Pest zu tun gehabt [...] Also es is noch so weitläufig dokumentiert und des zeichnet halt des aus.“ (persönliches Interview: Erich, Wien, 30.08.2022)

- **Codierregel**

Die hier angewendete Codierregel umfasst Datenmaterial, welchen ein dezidiert historischer Bezug zu individuellen Stereotypenvorstellungen inhärent ist, wie sie sich wunderbar beispielhaft an Erichs Aussage widerspiegelt. Also eine historisch-basierte Herleitung für sein autostereotypes Bild von Wien und seinen Todeskonnotationen und somit ein perfektes Beispiel für Hahns Aussage, dass Geschichtsbilder zu Stereotypen „mutieren“. (Hahn 2017: 150)

3.2.2. 2. Metakategorie: Die *aktive* Nutzung von Wiener Stereotypen im Rahmen von Interaktionsprozessen

Nachdem nun der erste, passive Stereotypenreproduktion und –Tradierung fokussierende Teil des Categoriesystems vorgestellt wurde, schließt sich hier der Kreis und das System wendet sich nun der „aktiven, reproduzierenden Seite der Stereotypenhaushalte“ zu. Als sich eignendes Element der Analyse, anhand welcher man Stereotypisierungsprozesse nachzeichnen und interpretieren kann, wird hier auf Interaktionsprozesse zwischen Individuen zurückgegriffen. Es geht im Grunde genommen um die Aktivierung und die Bedeutung stereotyper Aspekte im Rahmen des Aufeinandertreffens mehrerer Individuen, und wie der Stereotypenhaushalt dieses Aufeinandertreffen gestalten und beeinflussen kann. Hier gibt es also mehrere aus den Theorien abgeleitete Teilaspekte, welche ihren Ausdruck in den folgenden einzelnen, vielversprechenden Subkategorien finden. Dass Stereotype Teile einer „limitischen Struktur“ sind und somit als Grenzziehungsmechanismen essentiell sein können, um Interaktionsprozesse zu formen, habe ich bereits im Theorieabschnitt dargelegt. Dieser Tatsache ist die vorliegende Subkategorie gewidmet und versucht zu erörtern, wann die Aktivierung von Stereotypen als Abgrenzung gegen Dritte im Rahmen von Interaktionsprozessen eintritt. Als besonders vielversprechendes Werkzeug haben sich theoretische Einzelaspekte der Theorie der sozialen Identität hier herausgestellt.

3.2.2.1. Theorie der sozialen Identität: Der Einfluss von Wiener Stereotypen auf Interaktionsprozesse

Die TSI besteht, wie im Theorieteil bereits beschrieben aus mehreren Einzelaspekten, welche im Theorieteil näher beschrieben wurden und hier nun als Grundlage für Subkategorien dienen sollen. Der TSI liegt ein erkenntnisförderndes Potenzial zugrunde, welches sich gerade in hiesigem Kontext wunderbar nutzen lässt, um die Berücksichtigung sozialer Kontexte im Rahmen von Interaktionsprozessen zu analysieren, da diese „[sozialen] Kontexte *nicht nur theorieimmanent, sondern die eigentliche Basis für die Theorieprüfung* [sind].“

(Geschke/ Frindte 2016: 328) Die im Rahmen der Interaktion stattfindenden Differenzierungsprozesse zwischen Individuen können durch stereotype Imaginationen und Erwartungshaltungen befeuert respektive geformt werden. Es ist also naheliegend, dass das Hauptaugenmerk der vorliegenden Kategorie auf den Individuen und dem Versuch, die Fragen zu beantworten, warum und in welcher Form stereotype Vorstellungen Interaktionsprozesse beeinflussen, liegt. Obwohl es zwar um „[...] Differenzierungsprozesse zwischen Gruppen geht, liegt das Augenmerk besonders auf der Rolle des Individuums innerhalb der Gruppe und dessen Motiven, die eigene Gruppe von anderen Gruppen zu differenzieren.“ (Schönwald 2012: 47)

3.2.2.1.1. Das Konzept der sozialen Distinktheit

Das Konzept der Sozialen Distinktheit bietet eine geeignete Analyseebene um die Stereotypenaktivierung im Rahmen von Interaktionsprozessen zu analysieren. Die bereits im Theorieabschnitt vorgestellten Partikel werden hier nun als eigene Subkategorien herangezogen und die für diese Arbeit gewinnbringenden Aspekte näher beschrieben.

3.2.2.1.1.1. Der „direkte soziale Wettbewerb“

- **Definition**

Dieser theoretische Ansatz stellt die erste von 3 Handlungsalternativen dar, im Zuge derer sich Stereotype zeigen können respektive aktiviert werden und welche sich in 2 Teilprozesse gliedert. Eine Hervorhebung der Vorzüge/Leistung der Ingroup (beispielsweise im Sinne eines Identitätsangebotes, worunter auch Stereotype fallen) ist hier die eine Seite der Medaille. Alternativ kann es zu einer Abwertung der Outgroup kommen – dies kann sich beispielsweise durch direkte stereotype Äußerungen zeigen wie „Das ist ja typisch für beispielsweise Bevölkerungsgruppe XY“. Sprache spielt hier eine zentrale Rolle, wenn man bedenkt, dass Dialekt oder auch Sprachspiele/Kommunikationsmodi (wie der Schmä) auf ein regional geprägtes (Sprach-)Verständnis und Kenntnis angewiesen sind, welches Outgroupmitgliedern verwehrt bleibt und diese schlussendlich „herabsetzt“.

- **Ankerbeispiel**

Hier bietet sich eine Aussage aus der Dokumentation der Neuen Züricher Zeitung über den Wiener Schmä aus dem Jahre 1998 hervorragend an, die sehr gut veranschaulicht, wie zugunsten der Herabsetzung einer Outgroup (oder eines gewissen Features dieser) die eigene Ingroup als „überlegen“ dargestellt werden kann. Der Schriftsteller und Lyriker Robert Schindel beschreibt in der Doku die Wiener und ihrer stereotyp-distinkten Verschränkung von Schmä und Tod und den Umgang damit folgendermaßen:

„Das Lebendigste für den Wiener ist der Tod. Es gibt ja nicht umsonst das berühmte Lied vom Ambros [...]. Der Totenkult, das heißt die Vergangenheit, das ist direkt ein konstituierendes Element in Wien. Ohne diese Nostalgie, diese Verklärung, und ohne die ständige Anwesenheit der „Schenen Leich“ [...] wäre der Wiener Schmä ja so zu sagen [offensichtliche Denkpause] Deutsch.“ (NZZ Format 1998)

Somit impliziert er, dass der stereotype Umgang der Wiener mit dem Thema ein humorvollerer, gelassenerer und somit auch „besser“ ist – **gleichzeitig** greift er den Stereotyp über Deutsche auf, dass diese einen humorlos(eren) und versteift(eren) Umgang mit dem Todesthema an den Tag legen.

- **Codierregel**

Diese Kategorie greift bei Sachverhalten, wo meine Gesprächspartner*innen aktiv auf ihren Stereotypenhaushalt zurückgreifen, um sich durch Stereotypenanwendung selbst in einem „überlegenen“ Licht dastehen zu lassen respektive das Gegenüber herabzusetzen.

3.2.2.1.1.2. Die „Soziale Kreativität“

- **Definition**

Im Zuge von Interaktionsprozessen wird hier eine Vergleichssituation umdefiniert, was zu einer neuen Vergleichsdimension führt, im Rahmen derer ein positives Abschneiden der Eigengruppe gewährleistet wird. Hier möchte ich gerne das als Initialzündung für vorliegende Arbeit mehrfach erwähnte Beispiel verweisen, wonach Wien als unfreundlichste Stadt der Welt gewählt wurde und Wien somit dem weiteverbreiteten Stereotyp von „grantig“ oder auch einfach „unfreundlich“ entsprochen wird und dieser Stereotyp aber eine fundamentale Umdeutung erfährt indem er mit einem gewissen Stolz in Verbindung gebracht wird. Diese Soziale Kreativität bietet im Rahmen dieser Arbeit aber auch als zum Teil induktive Kategorie vielversprechende Erkenntnisse insofern, als dass ich sowohl auf Social Media, aber auch im persönlichen Umfeld bemerkt habe, dass dieser Fakt definitiv positiv für das Selbstbild als Wiener*in umgedeutet wird. Warum dies so ist, wird also Gegenstand einer induktiven Arbeitsweise im Rahmen dieser Kategorie.

- **Ankerbeispiel**

Wie die Verfestigung eines Stereotyps im Stereotypenhaushalt einer Person Auswirkungen auf die Realität haben kann möchte ich hier anhand eines selbst erlebten Beispiels veranschaulichen. Die Situation: Freunde und ich saßen während einer Sommernacht auf ein paar Bänken bei uns im „Grätzl“. Aufgrund unserer Gesprächslautstärke sah sich dann ein Anrainer gezwungen, das Fenster zu öffnen und im Wiener Dialekt seinem Grant freien Lauf zu lassen und in einem für uns „gelernten Wienern“ nur allzu bekannten, leicht unterwürfigen, aber humorvollen Unterton „Kennt’s as bissal leisa sei, [merkliche Pause] *eas o’gschittn Trottn!*!“ zuzurufen. Während wir ein „natürliches“ Verständnis zeigten und lachten, wunderte sich ein Freund, welcher aus Deutschland zu Besuch war, warum wir lachen, obwohl wir beleidigt wurden. Konsens unter uns Hiesigen war, dass das eben der „typische Wiener Grant und Schmä“ ist, welcher auf den ersten Blick vielleicht ungehobelt und beleidigend wirkt, aber im Endeffekt – ums auf Wienerisch zu sagen – „eh ned so bö’s g’meint“ ist und eines gewissen Verständnisses und Kenntnis der regional-stereotypen Gesprächs- und Kommunikationskultur voraussetzt.

- **Codierregel**

Die Codierregel für diese Subkategorie ist eine einfache: Generelle negative Konnotation in Alltagssituationen, welche durch Stereotypen im Rahmen der „sozialen Kreativität“ eine positive Umdeutung (für die Mitglieder der Ingroup – also Wiener*innen) bekommen sollen.

3.2.2.1.1.3. Änderung der Vergleichsgruppe, anstatt der Dimension

- **Definiton**

Dass die Stereotypenaktivierung im Zuge von Interaktionsprozessen vom Gegenüber abhängt, wurde bereits reichlich dargelegt. Diese Aktivierung hängt insbesondere davon ab, welche Identität – also beispielsweise die Herkunft – der Vergleichsgruppe (also Outgroup) zugeschrieben wird, da diese sich konstituierend auf den Interaktionsprozess auswirkt.

- **Ankerbeispiel**

Es werden im Rahmen der Vergleichsgruppen-Stereotypenaktivierung im Zuge meiner Gespräche verdächtig oft Deutsche respektive die bundesdeutsche Standardsprache als Grund für die Stereotypenaktivierung herangezogen (und beispielsweise weniger Österreicher*innen aus den restlichen Bundesländern oder gar Wiener*innen). Als Beispiel hierfür möchte ich Christophers Aussage bezüglich der Verwendung stereotyper Begriffe und der Verwendung des Wiener Dialekts allgemein heranziehen, auf welche er besonders zurückgreift, wenn seine Tochter, aus der Schule zurückkommt, wo mittlerweile (leider) sehr viel Bundesdeutsch gesprochen wird. Zum einen wird ergo eine Reproduktion stereotyper Muster durch die Konfrontation mit der Outgroup getriggert, andererseits ist die Konfrontation mit dem Bundesdeutschen ausschlaggebend für die Aktivierung und Tradierung stereotyper Werte (hier in Form von beispielsweise Dialekt).

„[...]seitdem die Lilly über die Schule dieses Deutsch-Deutsche mitzunehmen [scheint], red’ ich zuhause noch mehr Wiener Dialekt, damit sie halt mehr damit konfrontiert ist und das halt auch in ihrem Sprachgebrauch einbaut. Weil es mir wichtig ist, dass sie weiß, woher sie kommt und dass man individuell auch sprechen kann.“

- **Codierregel**

Hier möchte ich mich auf ganz allgemeine Aussagen beziehen, welche implizieren, dass Individuen der Ingroup, je nach angenommener Identität des Gegenübers Unterschiede im stereotypen Verhalten an den Tag legen. Weiteres soll auch beforscht werden, welche Identitäten in welchem Ausmaß eine Stereotypenaktivierung triggern, da davon auszugehen ist, dass diese je nach Interaktionskontext variieren kann.

4. ERGEBNISSE

Die folgende Präsentation der Daten und der darauf aufbauenden Auswertung selbiger im nächsten Kapitel zeigt im Wesentlichen eine sich abzeichnende Tendenz. Die Auseinandersetzung mit dem Themengebiet „Stereotypen“ ist, trotz des vorab festgelegten und präsentierten Kategoriensystems, insofern nicht einfach, als dass sich, wie bereits Thiele 2015 schreibt, Stereotypenkonstrukte „selten auf nur ein Merkmal [beziehen]. Stattdessen treten Mischformen auf.“ (Thiele 2015: 18) Dieser transkategoriale Charakter erschwert zwar eine scharfe Trennung, zeigt aber andererseits auf, dass diese – um es in einer Lippmann’schen Terminologie auszudrücken – „Pictures in our Heads“ sehr oft weder geradlinig noch simpel sind, sondern oft aus dem Zusammenspiel mehrerer Einzelaspekte entstehen, reproduziert und tradiert werden, was regionale sowie individuell-persönliche Stereotypenhaushalte zu komplexen Gebilden im Selbst- und Fremdbild von Gesellschaften und Individuen macht. Das schlägt sich in der folgenden Präsentation der Ergebnisse und anschließenden Diskussion der Ergebnisse und somit auch dem zugrundeliegenden Kategoriensystem nieder; denn ob dieser Tatsache reicht das vorhergehend vorgestellte Kategoriensystem hier (wie bereits aber zu erwarten war) nicht vollends aus um einen optimalen Erkenntnisgewinn zu gewährleisten und es werden vermehrt induktive, im Zuge der Auswertung entstandene, Kategorien konstruiert, was bereits im Methodenkapitel angekündigt wurde und nun realisiert wird.

Bevor ich nun aber unmittelbar im Anschluss die aus den Gesprächen gewonnenen Daten in Form von Ergebnissen zusammenfasse und präsentiere, die die Grundlage meiner Diskussion und Auswertung sein werden, ist es unabdingbar, einer speziellen Kategorie, die quasi fast über sämtlichen Stereotypen-Themengebieten „schwebt“ oder diese tangiert, näher zu erläutern und somit der lesenden Personen einen ersten Eindruck über die Wichtigkeit dieses Aspekts für den Stereotypenhaushalt zu vermitteln: **dem Schmähs als wohl stärkstes und präsentestes Stereotypenpartikel im Selbstbild der Wiener*innen**. Im Grunde wurde in **ausnahmslos** allen Interviews der Schmähs als stereotypes Konzept aufgegriffen und in verschiedenen Kontexten beleuchtet – eine erste Erkenntnis, die ich in dieser Gewichtung und Intensität nicht vorausgeahnt habe und immer wieder ein Themengebiet war, auf das im Rahmen der Gespräche verstärkt zurückgegriffen und „heiß diskutiert“ wurde. Gleichzeitig wurde der Schmähs und seine Facetten nie auf „einfach nur ein Witz“ reduziert, sondern stellte sich als „Multifunktionswerkzeug“ heraus, welches, je nach Bedürfnis und Situation, in der sich die Interviewten befinden, zur Anwendung kommt. Hieraus lässt sich bereits in der gerade vorliegenden Kapiteleinführung aber bereits eine erste Tendenz erahnen, die sich aus den Ergebnissen und den Verläufen meiner Interviews, abzeichnet und *vor allem* der mit Tatsache zu tun hat, dass es *nie* notwendig war, in konkreten Gesprächssituationen zu erklären, wie der Schmähs ad hoc gemeint ist (wenn über die Bedeutung des Schmähs, ob als „neckisch gemeinte Frotzelei“, als Identitätsmarker oder ernst gemeinte Beleidigung in „schönem Kleid“ im Rahmen von Interaktionsprozessen gesprochen wurde beispielsweise). Ergo habe ich mich entschlossen, den Stereotypenkomplex „Schmähs“ als zentrale Linse der Betrachtung und Grundlage mancher Kategorien heranzuziehen, besonders aber im Rahmen der TSI (und somit innerhalb von Interaktionsprozessen) und seiner Bedeutung als Identitätsmarker.

4.1. Die vielen Facetten des Schmähs: „Schweizer Taschenmesser“ unter den Wiener Stereotypen

Geradezu beispielhaft für Martina Thieles Zitat im ersten Absatz dieses Kapitels hat sich, vielversprechender, vielschichtiger und verzweigter als erwartet, der stereotype „Wiener Schmä“ als durchgängige und hochgradig diverse, induktiv gebildete, Unter- respektive Teilkategorie herauskristallisiert. Was meine ich damit? Dies möchte ich in diesem Unterkapitel kurz und knapp erklären, erste Ergebnisse in den verschiedenen Teilkontexten des Schmähs und variierender Stereotypenkomplexe veranschaulichen und gleichzeitig jedoch betonen, dass dem Schmä als Teil der meisten Stereotypenaspekte als „dieses begleitendes Element“ die wohl wesentlichste Eigenschaft innewohnt. Bedingt dadurch, dass der **Schmä sich also wie ein roter Faden durch die unterschiedlichsten Aspekte der Wiener Stereotype** zieht, hat dieser mannigfaltige Gesichter und lässt sich somit in unterschiedliche (Teil-)Kategorien gliedern, die in einem adäquaten Analyse- und Auswertungstool im Folgekapitel münden werden. Weil diese Kategorie aus eben genannten Gründen wesentlich umfassender und in ihren zahlreichen Aspekten für die Stereotypenhaushalte meiner Gesprächspartner*innen wesentlich bedeutsamer ist, als ich es im Zuge der theoretischen und methodologischen Auseinandersetzung in den vorhergehenden Kapiteln abzusehen war. Da ich mir hier also besonders vielversprechende Erkenntnisse erwarte, scheinen die folgenden vorgestellten induktiven Teilkategorien ausgesprochen Erfolg verheißend für die anschließende Diskussion zu sein. Daher wird dem Schmä als erste vorgestellte Kategorie, die meine Ergebnisse umfasst, im hiesigen Kapitel der Vorzug gewährt. Eine weitere Begründung, dem Schmä als induktive Linse der folgenden (aber bereits im vorigen Kapitel vorgestellten) Teilkategorien Platz zu geben und somit einen aussichtsreichen Erkenntnisgewinn zu erwarten, leitet sich aus der Tatsache ab, die Sabine Müller bereits sehr passend formuliert hat: „Dieses Spezifikum der Wiener Kommunikationskultur zu definieren oder gar in seiner historischen Funktion zu rekonstruieren, ist [...] aufgrund der dünnen Quellenlage [...] [kompliziert, aber] auch deshalb, weil kaum auf nennenswerte Vorarbeit zurückgegriffen werden kann.“ (Müller 2012: 239)

Es scheint somit auch ein etymologischer „Schmä“ zu sein, dass sich die dem Schmä inhärente ambivalente Bedeutung auch in seiner Begriffsgeschichte selbst widerfindet, wo sich zwei Grundpositionen gegenüber stehen. Die einen Linguisten führen es auf das jiddische Wort „schmuo“ für Gerücht, Erzählung, Geschwätz zurück (Müller 2012: 240), während andere es in „Beziehung zum Wortfeld Schmach–schmähen–Schmähschrift“ (Müller 2012: ebd.) setzen, was bereits die Palette der heutigen, vagen Definition von Schmä widerspiegelt. Anhand dieser uneindeutigen Definition wollte ich kurz illustrieren, wie mannigfaltig der Stereotyp des Konzeptes „Wiener Schmä“ ist und welche individuell-subjektiven Bedeutungen dieser für die Individuen haben kann.

Gleichzeitig war es aber, trotz der dem Schmäkonzept inhärenten Ambiguität, im Laufe der Interviews, wie bereits erwähnt, nie notwendig, zu erklären, „wie denn ‚Schmä‘ nun gemeint ist“ und er sich für die Teilnehmenden selbstverständlich aus dem jeweiligen Gesprächskontext ergeben hat.

4.1.1. Der Schmä im Zuge von Interaktions- und Kommunikationsprozessen

Eine erste wesentliche, aus dem Datenmaterial gewonnene Einsicht, bezüglich des Schmähs als stereotypes Wiener Unikum und seiner vielgestaltigen Funktion betrifft den „Schmä als Kommunikationsmodus respektive die Kommunikation prägend“; welcher sich hier in mehrere Teilgebiete aufteilen lässt: Neben einer

humoristischen Note („etwas mit an Schmääh nehmen“), einer Frotzelei (oder auch dem „Teasing“ aus der Kommunikationspsychologie zuzurechnen) im Zuge von Interaktionsprozessen herausdestilliert. Aber auch in seiner Form als beschwichtigendes Element („Des wo a doch nur a Schmääh“) oder als Teil einer limitischen Struktur (hier der Leitfrage folgend „Mit wem kann eine Person Schmääh führen und mit wem nicht?“) ist der Schmääh ein sich eignendes Vehikel, um beispielsweise eine Hierarchie zwischen den einem nahestehenden/nicht nahe stehenden Personen zu schaffen; aber auch zwischen den Stereotyp verwendenden Wiener*innen und Angehörigen einer Outgroup.

4.1.1.1. Der Schmääh und die Theorie der sozialen Identität: Der Einfluss des Stereotypes auf Interaktionsprozesse

Natürlich fällt im ersten Moment die bereits besprochene Theorie der sozialen Identität, welche sich auf Aspekte zwischenmenschlicher Interaktionsprozesse fokussiert und ein probates Analysetool darstellt und das ad hoc soziale Kontexte in diesen Interaktionsprozessen berücksichtigt. Gleichzeitig aber wird in diesem Abschnitt auch versucht, die Ergebnisse meiner Gespräche so zu präsentieren, um in der folgenden Diskussion die Frage beantworten zu können, aus welcher Motivation heraus und in welcher Form die Interviewten den stereotypen Aspekt „Schmääh“ in Interaktionsprozesse einfließen lassen und welchem Ziel das ganze dient respektive welche Aufgabe der Schmääh hier also erfüllen soll. Die im Abschnitt darüber dargestellten Erkenntnisse stellen die Grundlage für die hier nun vorzustellenden, *induktiv* hergeleiteten „Sub-Subkategorien“ dar und helfen mir, den Schmääh als stereotyp verstandenes Wiener Unikum in analysierbare Partikel zu zerlegen und somit seiner Bedeutung als Stereotyp für meine Gesprächspartner*innen nachzuzeichnen. Zwar gibt es auch zahlreiche andere stereotype Elemente außer des Schmäähs, die mittels Interaktionsprozessen vermittelt und zur Schau gestellt werden können, der Schmääh, respektive das „Schmäähführen“ bietet sich aber als gut fassbarer und kategorisierbarer Stereotypenaspekt an, anhand dessen die Ergebnisse und die Diskussion im Rahmen der Theorie der sozialen Identität sichtbar gemacht werden können. Oder: Welche Funktionen und Eigenschaften weist der Schmääh als Vehikel im Zuge von Differenzierungsprozessen zwischen Gruppen auf und welche Rolle spielt das Individuum und seine Motive, die eigene Gruppe von anderen Gruppen zu differenzieren?

4.1.1.1.1. Das Konzept der sozialen Distinktheit

Konkret habe ich mich, bereits in den Methoden dargelegt, für ein Teilkonzept der Theorie der sozialen Identität entschieden, welches deduktiv hergeleitete Kategorien anbietet, die sich meines Erachtens nach sehr aussichtsreich für eine fruchtbare und ergebnisorientierte Analyse und Diskussion eignen. Aufgespalten in „direkten sozialen Wettbewerb“, „soziale Kreativität“ und „Vergleichsgruppenänderung“ sind die folgenden Teilkategorien also exzellent geeignet, einzelne Aspekte des Schmäähs in verschiedene Facetten von Interaktionsprozessen aufzuteilen, die variierenden Spielarten des Stereotyps und seiner Macht, besagte Prozesse zu beeinflussen, in Form von Ergebnissen zu präsentieren und im Anschlusskapitel einer theoretischen Prüfung zu unterziehen um die verschiedenen theoretischen Aspekte in ihrer individuellen Bedeutung näher zu bringen.

4.1.1.1.1. Der „direkte soziale Wettbewerb“

Warum eine Ingroup eine Outgroup im Rahmen von Identitätskonstruktionen oder auch im Rahmen von Interaktionsprozessen mithilfe der Aktivierung respektive Akzentuierung von Stereotypen herabsetzt, hat mannigfaltige Gründe hinsichtlich Zielsetzung und Funktion. Dass dies auch im Kontext mit dem ad hoc als Stereotyp individuell verstandenen Schmäh funktioniert, belegen Aussagen meiner Interviewpartner*innen, welche den Schmäh oft in einer vergleichenden Weise (also der Fähigkeit Schmäh zu verstehen und führen zu können) verstehen: Einerseits möchte ich hier auf Ludwigs Aussage verweisen, welche besonders einprägsam und geradezu beispielhaft für die folgenden Ergebnisse meiner Forschung sind (O-Ton aus meinen Feldnotizen): „Ich führe gerne, aber nicht jedes Mal, Schmäh mit Leuten von außerhalb; je nach dem ob’s mir sympathisch sind oder nicht, versuch ich den Schmäh entweder bissi wie eine Frotzelei zu führen oder, wenns passt, doch eher wen am Schmäh zu halten. Nie wirklich beleidigend, aber schon a wenig frech einfach. Und das Beste ist dann, wenn ich merke, dass das Gegenüber den Unterton, wie beispielsweise beim Sarkasmus, nicht versteht oder mit der Situation ned ganz mitkommt.“ (ero-episches Gespräch: Ludwig, Wien 16. Mai 2024) Dass gerade „der Ton die Musik“ macht und der Schmäh als gelebter Stereotyp besonders vom Duktus wie etwa der Gestik, der Mimik und aber auch dem Unterton (beispielsweise Teile von Worten lang zu ziehen oder einem besonders trockener Unterton) „lebt“, ist für die meisten Gesprächspartner*innen definitiv konstituierender Aspekt des Stereotypes. Eine ähnliche Aussage von Erich lässt sich, in Anbetracht des direkten Vergleichs zwischen „seiner“ Gruppe und der Outgroup ebenfalls auf die Fähigkeit Schmäh führen und verstehen zu können, ebenfalls einordnen (besonders in Interaktionsprozessen mit deutschen Reisegruppen und Besucher*innen): „[...] aber da muass ma a sagen: Die Deitschn probieren’s a oft, jå, aber könnens ned. Aber umgekehrt nehmen’s den Schmäh scho’ gerne å, muss I gonz ehrlich såg’n. Wir haben da öfters Deutsche und mit denen tuama a Schmäh führ’n, åwa die selber könnens ned so umsetzen.“ (persönliches Interview: Erich, Wien 30.08.2022) Und eine sehr ähnliche Aussage, die den Schmäh als stereotypes Wiener Unikum und somit Unterscheidungsmerkmal zwecks Erhöhung der Ingroup auf Kosten der Outgroup heranzieht, spiegelt sich auch in Josefs Aussage wieder, wenn er nach seiner persönlichen Definition von Schmäh gefragt wird: „Er muss... Der Schmäh muss kurz sei. Es is’ ka endlos langer Witz, den wost 3 Minuten lang dazöhst; des is dann eher a **Deutscher** Fernsehwitz. Er muass oiso kurz sein und er muass trock’n dazöht sei [...]“ (persönliches Interview: Josef, Wien, 30.11.2023).

Die konkrete Vorstellung über das Schmähführen als stereotypes Vehikel, welches Interaktionsprozesse beeinflusst, ist also, wie schon das Ankerbeispiel im Methodenkapitel unter gleichnamigem Unterpunkt quasi „prophezeit“ hat, oft (aber nicht immer!) darauf angewiesen, mit „Zuagrast’n“ geführt zu werden um sein ihm inhärentes Potenzial auszuschöpfen. Denn „[...] nicht umsonst wird er oft in Zusammenhang mit dem "kulturell Fremden" geführt: "Entweder von den 'Zuagrasten' selbst oder über sie". (Ralser 2008) Dass somit sehr oft, vom Ankerbeispiel bis hin zu den zahlreichen Aussagen meiner Interviewpartner*innen, Deutsche als Hauptreferenzgruppe zum „Schmähführen“ herangezogen werden lässt somit den Schluss zu, dass für das der „Stereotyp Wiener Schmäh“ eine **gemeinsame Sprache respektive Sprachverständnis der Outgroup wesentlich ist**. Exemplarisch für diese Schlussfolgerung kann hier eine Dialogsequenz aus dem Interview mit Christopher stehen:

HT: „Das bedeutet also auch, dass du an Schmä h nicht auf Hochdeutsch führen kannst?“

CP: „NEIN. Sprache und Schmä h führen ist definitiv was Regionales. Du kannst bei uns derbe Sachen oder sarkastische Sachen mit an Lächeln präsentieren einfach.“
(persönliches Interview: Christopher, Wien, 07.05.2024)

Erich vom Bestattungsmuseum hat von ähnlichen Situationen zu berichten - eine, welche ich als konkretes Beispiel für eine Gruppe von Ergebnissen anführen möchte, ist folgende Begebenheit, von welcher Erich erzählt hat und sehr gut veranschaulicht, welche Bedeutung das (für ihn stereotypen) Schmä hführen bzw. „jemandem am Schmä h halten“ hat. Gleichzeitig veranschaulicht folgende Sequenz, wie jemand, der einer Outgroup angehört (und daher wenig/ keine Kenntnisse über den Schmä h, seine Funktion und darüber, wie man ihn führt) mehr zum „Opfer“ des Schmä hs, denn aktiver, den Interaktionsprozess (durchs Schmä hführen) beeinflussender Part, werden kann – eine wesentliche Funktion des Stereotyps „Schmä h“.³

ET: „Do fräg ma: Von wo kommen Sie?“

DT: „Von Deutschland, warum fragen Sie“

ET: „Na weus teira [teurer] wird

DT: „Echt?“

ET: „Na, wird's ned“

(persönliches Interview: Erich Traxler, Wien 30.08.2022)

Was allerdings im Rahmen der vorliegenden Ergebnispräsentation hier ebenfalls erwähnt werden sollte, ist die Tendenz, dass die Wiener*innen (zumindest, wenn man von den Interviewten auf die Wiener Gesamtbevölkerung schließen möchte⁴) tatsächlich den Schmä h, wenn er dem „direkten sozialen Wettbewerb“ zugeordnet werden kann, lieber mit Deutschen führen, als mit Österreicher*innen aus anderen Bundesländern. Diese Erkenntnis scheint eine Aussage Antons nahezulegen:

„Mit die Deitsch'n (sic!) führ ich ganz gern an anderen Schmä h als mit die Wiener; mir kommts vor, dass ich mehr so Dinge wie „Herst Meister“ eher zu unsrige sag, weil ich weiß, die wissen, dass ichs ned grad freundlich mein, aber mit die Deitsch'n (sic!) red i einfach nur extra Dialekt und Wiener Slang, weil ich weiß, die verstehen's ned immer und müssen dann nachfragen. Und des bissi ärgern von die Marmeladinger durch an Schmä h taugt ma.“ (persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024)

4.1.1.1.1.2. Die „Soziale Kreativität“

Die im Methodenkapitel dargelegte Codierregel besagt, dass für diese Teilkategorie eine persönlich-individuelle Umdeutung von bestimmten Aussagen im Zuge von Interaktionsprozessen hier zentral ist. Dies kann in zwei Richtungen gehen und hängt von der persönlichen Lesart des Gesagten ab: Dies kann einerseits eine genuin negative Aussage oder Statements betreffen (z.B. beleidigende Ausdrücke), welche zu etwas neckisch-positiven umgedeutet werden können – also kurzgesagt „etwas mit an Schmä h nehmen zu können“ und diesen Skill auch individuell nuanciert und situationsabhängig richtig einsetzen zu können, was ein grundlegendes Verständnis der stattfindenden Kommunikation voraussetzt. Dasselbe gilt auch vice versa und wird nun anhand vorliegender Aussagen untermauert und in der späteren Diskussion einer Einordnung unterzogen und theoretisch fundiert. Als diese Teilkategorie begleitendes und tragendes Zitat, welches diese meiner Meinung nach darüber hinaus auch besonders veranschaulichend und beispielhaft untermauern kann, möchte ich mich

³Es wurde von Erich zwecks Besucherstromanalyse nach der Herkunft der Besuchenden gefragt

⁴Ob der mangelnden statistischen Repräsentativität aber nicht sollte.

hier auf Sabine Müller und einem Textpartikel aus ihrem Aufsatz „Tractatus, „Schmäh“ und Sprachkritik“ beziehen:

„Die Anrede mit „gnädige Frau“, dem noch hinzugefügt wird: „Sie schauen heute wieder entzückend aus“, durch einen freundlichen Verkäufer erfreut, auch wenn die so Titulierte alles andere als „gnädig“ und „entzückend“ sein mag. Aber ihr geht eine Sonne auf und sie ist betört vom Charme dieses Wiener.“

(Müller 2012: 242)

In der sich eröffnenden Facette der sozialen Kreativität liegt eine der wohl wesentlichsten Stärken des Schmäh im Laufe von Interaktionen, wie zahlreiche meiner Gesprächspartner*innen darlegen, sich unter dem obigen Zitat ganz gut summieren lassen und vielleicht ganz allgemein als „etwas durch die Blume sagen“ gedeutet werden kann – oder wie Müller es formuliert: Das „angenehme Falschsein“ des Wiener Schmähs“. (Müller 2012: ebd.) Für diese Teilkategorie eignet sich geradezu prototypisch Christophers Aussage, die sehr direkt und pointiert formuliert ist, und auf die Frage, welche Art des Schmähführens für ihn besonders wichtig ist, das Element der sozialen Kreativität bedeutsam ist. „Und es is... ich fahr dir oft einfach ins G'sicht und lach dabei, damit du glaubst, es is der Wiener Schmäh und ich beleidig dich eigentlich. Das is das, was ich halt oft verwende. [...] Du kannst bei uns derbe Sachen oder sarkastische Sachen mit an Lächeln präsentieren einfach.“ (persönliches Interview: Christopher, Wien, 07.05.2024) Josef spricht von einer für ihn ähnlichen Funktion, die der Schmäh für ihn erfüllt, wenn er behauptet, dass der Schmäh auch „Immer bissl [die] Leit veroaschn [tut] [...]“ (persönliches Interview: Josef, Wien, 30.11.2023)

Wie eine brenzlige Situation mittels Schmäh und sozialer Kreativität gelöst werden kann, veranschaulicht Erich, der mir von einer Situation am Telefon mit einer Nicht-Wienerin erzählt hat (Kontext: Die Frau beschwerte sich über das Lego, welches sie als pietät- und humorlos bezeichnet hat und im Bestattungsmuseum verkauft wird): „[...] dass da zu Beispiel es Telefon g'läutet hat und: „Ja, wer is'n für das Lego zuständig?! Sowas pietätloses, ihr Schweine.“ – „Haben's was zum Schreiben gnä' Frau? Ich sag ihnen die Telefonnummer, wo sies noch amal vortragen.“ do sagst durch die Blume „hau dich über'd Heisa!“ (persönliches Interview: Erich, Wien 30.08.2022) Und warum denn nun die Wiener*innen mit dem Stereotyp Schmäh im Alltag allgemein besser klar kommen und mittels sozialer Kreativität (im Sinne des Lesens und korrekten Deutens einer Situation, in welcher der Schmäh gerade geführt wird) genauer einschätzen können, liefert Constanze eine mögliche Erklärung: „Es gibt einen Schmäh, der International funktioniert, aber es gibt auch diese regionalen Spezifika, für die du das G'spür ned hast und es eventuell als Unfreundlichkeit verstehst, die keine ist.“ (persönliches Interview: Constanze, Wien, 07.05.2024) Dieses Zitat ist, trotz seiner Kürze, eines, welches aus zwei Gründen tiefe Einblicke gewähren lässt und im anschließenden Teil der Auswertung nicht unwesentlich sein wird. Erstens, kann aus dieser Geisteshaltung heraus eventuell (teil-)erklärt werden, warum die Wiener*innen einen negativen Aspekt (die Auszeichnung zur unfreundlichsten Stadt) mit einem gewissen Stolz vor sich hertragen. Andererseits impliziert diese Aussage, dass der Schmäh, bzw. das Schmähführen selbst ein gewisses „antrainiertes“ Gespür im Rahmen von Interaktionsprozessen verlangt, welches in der Regel dem*der Wiener*in innewohnt und eben auch ein Umdeuten bestimmter Begriffe (vgl. oben genanntes „angenehmes Falschsein des Wiener Schmähs“), also dem variablen Umgang mit einer Vergleichsdimension, innewohnt. Dass der Schmäh im Sinne eines Sprachspiels zwischen zwei oder mehreren Personen auch „eine ironisch-zynische Distanzhaltung voraus[setzt]“ (Ralser

2008) scheint obige Aussage ebenfalls zu untermauern, denn Martin berichtet mir beispielsweise „[...] wenn ich jetzt beispielsweise zu an Fleischhacker oder so geh‘, und der fahrt ma mit‘m Oasch ins G’sicht: ich würd *LUSTIG* finden. Ich würd rausgehen und ma denken „Geil, komm ich wieder.“ (Persönliches Interview: Martin, Wien, 29.08.2024) Dass der Tonfall respektive die nonverbale Komponente des Schmähs eine wichtige Rolle spielt, erzählen auch andere Gesprächspartner, die dem Schmäh eine inhärente sublimen „feine Klinge“ attestieren, wenn es darum geht, diesen in einer Situation nicht nur anhand des Gesprochenen richtig deuten zu können. Beispielsweise erklärt Manuel, auf die Frage, ob Aussagen, die gemeinhin als Unfreundlich aufgefasst werden könnten, eigentlich „gar nicht so (böse) gemeint sind“ und deren Verständnis respektive richtige Deutung *eigentlich* ein gewisses Schmähverständnis voraussetzen, anhand eines konkreten Beispiels: „Ich denke ja. Ich merk’s bei meiner Frau, weil sie aus Thailand kommt. Da ist oft was, [was] wir als Schmäh [...] bezeichnen [würden], sie vielleicht als total negativ und unfreundlich bezeichnet und fast persönlich nimmt [...]“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024) und führt, auf die sublimen Dimension (Tonfall) des Schmähs beziehend, weiter aus: „Und ich glaub, dass für Nicht-Wiener oder Ausländer das zum Teil schwierig ist, ihn raus zu lesen. Dass somit der „der Ton die Musik macht“, wenn es darum geht, den Schmäh führen zu können und diese Tatsache sogar wesentlich ist, stützt sich auch durch eine Aussage Christophers wider, der ähnliches erzählt in Bezug aufs Schmähführen mit anderen: „Meine Frau ist aus der Slowakei und mir wird oft vorgehalten, dass ich mich aufreg‘; aber ich reg mich gar nicht auf, ich sag nur wies is.“ (persönliches Interview: Christopher, Wien, 07.05.2024)

4.1.1.1.1.3. Änderung der Vergleichsgruppe anstatt der Dimension

Dass die Stereotypenaktivierung im Zuge von Interaktionsprozessen anhand der (angenommenen) Identität des Gegenübers variieren kann, wurde bereits dargelegt und ist Gegenstand dieser Subkategorie. Wie dies im konkreten Kontext mit dem Wiener Schmäh als Stereotyp zusammenpasst, soll anhand der folgenden Gesprächssequenzen veranschaulicht und im Diskussionskapitel einer theoretischen Kontextualisierung unterzogen werden.

Eine erste Sequenz aus den Interviews, die die vorangegangene These der sozialen Kreativität ebenfalls unterstützt/widerspiegelt, jedoch aufgrund ihres zusätzlichen, dahinterliegenden Bedeutung besser in die vorliegende Subkategorie passt, findet sich im Gespräch mit Martin, der die Intensität des Schmähführens (in diesem konkreten Beispiel in Form des Schmähs als Teil der Sozialen Kreativität) an der Herkunft der Gesprächspartner*innen festmacht: „Vor allem wenn ich weiß, dass das Gegenüber eben kein Wiener ist. Dann würd ich das *auf jeden Fall* einfließen lassen wie ‚Huach zua Zauberer‘; dass ihn indirekt damit beleidigen kann. Oder sowas wie ‚Kollege, host da des scho‘ amoi o’gschaut?‘. Also unterschwellig, und dann vor allem wenns ein Externer ist.“ (Persönliches Interview: Martin, Wien, 29.08.2024) Dass der Schmäh, wie hier angedeutet, seine Funktion als Sprachspiel/Kommunikationsmodus einerseits, seine Aktivierung im Rahmen von Interaktionen an die Herkunft des Interaktionspartners andererseits, knüpft, impliziert also, dass der Schmäh ein Gegenüber benötigt, welches der deutschen Sprache mächtig ist. Auch fiel Martin in mehreren Situationen im Arbeitsumfeld, welche als „multikulturelle Prozesse“ empfunden wurden, auf, dass im Sinne einer „self-fulfilling Prophecy“ verstärkt zu einer Aktivierung des Wiener Dialekts zuzufolge hatten (vgl. ebd.). Geradezu exemplarisch für den Aspekt dieser Prophezeiung ist hier auch eine Sequenz aus Christophers Interview, in

welcher er erklärt, dass persönliche Erfahrungen mit gewissen Stereotypen den Bezug zu einer Person im Rahmen von Interaktionsprozessen grundlegend ändern können und gerade der Schmäh hier als „Benchmark“ dient (im konkreten Beispiel: Der Schmäh rennt eher/lockerer, wenn Christopher in seinem Gegenüber stereotype Züge seines Onkels erkennt):

„Im Endeffekt geht es bei den Interaktionen auch um die Gefühle – welche Gefühle vermittelt mir das, und wie reagier ich auf das. Und wenn ich weiß, du bist *wie mein Onkel*, dann hab ich einen ganz anderen Bezug zu der Person. Du kannst dann auch gleich einen bestimmten Modus der Kommunikation einnehmen; du hast die Dinge schon gesehen und erlebt und kannst die Situation deswegen besser einschätzen und managen. Das Schmähführen ist da eine gewisse Benchmark.“ (persönliches Interview: Christopher, Wien, 07.05.2024)

Ausnahmslos alle Gesprächspartner*innen beantwortet meine Frage, ob man einen Schmäh auf Standarddeutsch führen kann, mit einem Nein, denn die Sprache und das Schmähführen sei für sie etwas distinktiv Regionales respektive an den Wiener Dialekt gebunden. Dass der Schmäh somit als limitisches Element/Grenzziehungsmechanismus in zwischenmenschlichen Beziehungen und Interaktionsprozessen dient, dürfte sich bereits seit dem Theoriekapitel abgezeichnet haben – dass hier zumindest für meine Gesprächspartner*innen von einer individuell-subjektiven Wahrheit gesprochen werden kann, veranschaulichen auch die Gesprächssequenzen, welche meine gewonnenen Daten liefern (vgl. hierzu *ausnahmslos* sämtliche Interviews). Dass Stereotype Konzepte wie der Schmäh eine limitische Qualität innehaben, ist essentiell, denn mit wem (also mit welcher Vergleichsgruppe) kann ich Schmäh führen, mit welcher Gruppe nicht und welche Art von Schmähführen kann in welchem Interaktionsprozess welche Handlungsalternativen eröffnen? Hier entscheidet sich, wann beispielsweise der Schmäh eine Frotzelei ist, wann er dazu dient, das Gegenüber/Grenzen abzutasten und wann es lediglich zusätzliche, witzige Dimension in Interaktionen zwischen Freunden bzw. „etwas durch die Blume sagen“ sein soll. Dass das Schmähführen ein Tool darstellt, was Wiener*innen dazu verwenden, um zwischen dem engen respektive erweiterten sozialen Umfeld zu unterscheiden, berichtet Manuel: „Absolut! Ich glaube auch, dass man jemanden auch wirklich kennen muss, um den Wiener Schmäh zu führen. Also ich hab bei der Mookie [Ehefrau; Anm.] zum Beispiel an Schmäh gemacht am Anfang und bin draufgekommen, dass sie manche Dinge schlecht verstanden hat. [...] und hab gemerkt, „okay das könnt sonst zu Problemen führen““ und man den Schmäh eben nur führt mit „jemandem, den ma gern hat.“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024) Und auch eine von Hans Aussagen lässt sich ebenfalls in vorliegende Kategorie einordnen, wenn es darum geht, den Schmäh zur Grenzziehung zu verwenden (und verbindet diesen Schmäh sogar mit einem Mnemotop), denn den Schmäh führe er am liebsten am Würstelstand – hier sei er aber besonders davon abhängig, wie sich die zustande kommenden Gespräche in den ersten Minuten entwickeln und woher das Gegenüber sei. Denn die „Auswertigen“ halte er am liebsten am Schmäh (im Sinne einer Frotzelei beispielsweise), während er mit den Wiener*innen am liebsten Schmäh im Sinne von Sprachspielen und einer betont humoristischen Note führe. (ero-episches Gespräch: Hans, Wien 16. Juli 2024) Wie Hans' Aussage, dass Schmäh als variabler stereotyper Kommunikationsmodus nicht nur zwischen Wiener*innen und „Zuagrast'n“ für Interaktionsprozesse bestimmend ist, sondern auch anhand der (angenommenen) sozioökonomischen Stellung seines Gegenübers abhängt, erklärt beispielsweise Simon. Auf die Frage, ob er das Schmähführen in dem Sinne als Werkzeug verwendet, als dass er das „dem Gegenüber Sagbares abtastet“, antwortet er, dass es in seinem Beruf wichtig

sei, sich adäquat auszudrücken, also beispielsweise gegenüber dem „[...] ,ältere[n] Gentleman‘, der einfach schön spricht und dem Gegenüber passt du dich dann an.“ (persönliches Interview: Simon, Wien, 11.10.2024) Eine ähnliche Aussage, die dieses Ergebnis ergänzt, tätigt auch Lena, welche mir berichtet, dass sie, in ihrer Anstellung als Kellnerin, bei sich selber und ihren Kolleg*innen bemerke, dass das der Grad des Schmähführens sehr vom Klientel abhängt, welches am Tisch sitzt (Lena arbeitet in einem traditionellen Wiener Café im neunten Bezirk). Sie schildert, dass die Belegschaft wesentlich sachlicher, humorloser (was in diesem Kontext auch eine gewisse humoristische Komponente des Schmäh akzentuiert) und vor allem „verstärkt Standarddeutsch sprechender“ mit den Gästen verkehrt, umso höher ein (angenommener) sozioökonomischer Status seitens der Belegschaft angenommen wird. Der Wiener Dialekt und der Schmäh „rennt“ also umso unbefangener, herzlicher und offener, (direktes Zitat) „umso weniger da Gast an Stock im Oasch zu scheinen hat.“ (ero-episches Gespräch: Lena, Wien 16. Juli 2024) In die Kategorie lässt sich aber auch Antons Aussage einordnen, der den Schmäh und sein Ausmaß auch als Unterscheidungsmechanismus zwischen verschiedenen (vermuteten) sozioökonomischen Status seines Gegenübers verstehen kann:

„Mim Schmäh ist’s bei mir so: Nach oben buckl’n nach unten treten.“ (lacht) Spaß beiseite – ich führ am liebsten an Schmäh mit normale, auf mich authentisch wirkende Wiener Hackler, weil ich weiß, da rennt a am besten und wird auch öftesten angenommen – is’ meine persönliche Erfahrung und somit meine Wahrheit. Die ganze g’spritzte Hietzinger Hautevollee hat ja zu viel an Stock im Oasch, als das mit denen an g’scheiten Schmäh führen kannst.“ (persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024)

Ähnliches berichtet auch Christopher, der seine Stereotypenaktivierung konkrete, situative Erfordernisse ad hoc anpasst, um einen Interaktionsprozess zu seinen Gunsten abzuschließen:

„Weil es einerseits den Proleten-Wiener bedienen kann, andererseits aber auch den g’spitzten Döblinger. Und ich mich dementsprechend durch verschiedene soziale Interaktionen in passender Weise manövrieren kann. [...]also ich machs beispielsweise so, dass ich bei einem Autohaus den Proleten raus lass, damit an besseren Preis aushandel. Wenn I aber in am Schmuckg’schäft bin, um meiner Frau etwas zu kaufen, bin ich halt der G’spritzte und dann möchte ich halt die bestmögliche Betreuung haben.“
(persönliches Interview: Christopher, Wien, 07.05.2024)

Dass es im Arbeitsumfeld Vergleichsgruppenabhängig zur Aktivierung von Schmäh und Dialekt kommen kann, und dies besonders davon beeinflusst wird, dass/ob das Gegenüber Wiener*in ist, unterstützt zudem Manuels Aussage. Die Wichtigkeit, die er dem Dialekt und Schmäh zuordnet, im Sinne eines verbindenden und in Form einer „wohl fühlen-erzeugende Komponente“ veranschaulicht er so: „Wenn ich weiß, wir haben Wiener [Manuel ist Pfleger in einem Seniorenheim; Anm.], dann schau ich schon darauf, dass ich das selbst auch repräsentier, damit die auch wissen, okay, das is ein Unsriger und sich die dann ein bisschen lockerer und wohler fühlen. Ein bisschen mehr zuhause, ein bisschen mehr heimisch. Einfach um ein Zugehörigkeitsgefühl zu erzeugen.“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024)

Aber auch als Unterscheidungselement zwischen einem äußeren respektive inneren Bekannten- und Freundeskreis dient der Schmäh. Das Schmähführen wird von meinen Gesprächspartner*innen ebenfalls dazu verwendet, um das eigene soziale Umfeld einzuteilen: „[Ich] könnt’ nicht mit Leut’ zusammen sein, die in Keller lachen gehen beispielsweise. Mir ist es SEHR WICHTIG, dass ein Schmäh im Leben ist, weil das Leben is eh schon ernst genug.“ (persönliches Interview: Simon, Wien, 11.10.2024) Manuels O-Ton ist hier ähnlich: „[...] aber ich find, dass schon auch was Cooles ist, weil man sich dann sehr offen gibt, wenn man sich dann kennt.

Denn wenn ich mich selbst, oder jemand anderen beleidigen kann, ohne ang'fressen zu sein oder es persönlich zu nehmen, macht's in der Arbeit *ODER* im Freundeskreis viel einfacher und viel entspannter, [...]"
(Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024)

4.1.2. Der Schmä als „Auszeichnung“: Ein Stereotyp als Herkunfts- und/oder Identitätsmerkmal

Die bisher präsentierten Daten zeigen einen erste individuell-subjektive Wahrheit: Dass das Konzept des Schmähs unter Wiener*innen trotz seiner innewohnenden Ambivalenz, tatsächlich etwas ist, das zwar ein Stereotyp ist (da nicht jede*r Wiener*in über das selbe „Schmähvermögen“ verfügt), gleichzeitig aber auch etwas, das man nur verstehen und ad hoc richtig aus dem Situationskontext deuten, führen und/oder auffassen kann, wenn man eben ein „g'lernter Wiener“ ist und es durchaus eines grundlegenden, „angelernten“ Verständnisses bedarf, Schmähdynamiken und ihrer korrekten Deutung je nach Situationserfordernissen zu beherrschen. Das lässt also zu der Vermutung gelangen, dass dem Schmähverständnis und der „Kunst des Schmähführens“ ein durchaus regional-essentialistischer Charakter innewohnt – man muss also in einem gewissen Ausmaß „damit aufgewachsen sein“. Dass es sich um ein Identitäts- und Herkunftsmerkmal handelt, welches man als Wiener*in im Sinne eines autostereotypen „Grenzsteins“ zwischen sich und dem „Äußeren“ beanspruchen, wird besonders evident, wenn Wiener*innen den Schmä gerne mal nicht mit Leuten von Auswärts führen, sondern ihn im Rahmen Autostereotypenhaushalts als konstituierendes Element einer regionalen sowie einer persönlichen Identität verstehen – also um die identitätsstiftende Funktion des Stereotypen; welcher keines sozialen Interaktionsprozesses bedarf. Auch die zahlreichen Einsichten aus den Interviews zeichnen eine eindeutige Tendenz, dass dem Schmä nicht nur die Qualität eines interaktionsprozessbestimmenden Stereotyps innewohnt, sondern dieser seine Bedeutung und Berechtigung auch als wesentlicher Identitätsmarker und „Auszeichnung für ‚echte‘ Wiener*innen“ (vgl. Müller 2012) verstanden wird. In dieser induktiven Subkategorie ist also die Frage zentral, wie der Schmä von Wiener*innen im Rahmen der individuellen Identitätshaushalte beansprucht wird und dadurch seinen Legitimitätsanspruch als Stereotyp mit „mindestens einem Körnchen Wahrheit“ einerseits, als konstituierender Part des subjektiv-identitären Selbstverständnisses meiner Gesprächspartner*innen andererseits bewertet wird.

Auf die Frage hin, warum „unser“ Schmä für ihn so wichtig ist – erklärt: „Wiener Schmä kennt man ja Österreichweit, aber schon mal was von einem Bregenzer oder Grazer Schmä gehört? [Pause] Eben.“
(persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024) Diese Aussage von Anton kann also als ein Verlangen interpretiert werden, welches ein identitätsbezogenen Alleinstellungsmerkmal unter den Bundesländern wiedergibt – diese Einzigartigkeit wird mithilfe der Stereotypen vom Wiener Schmä hergestellt und erlangt daher den Rang einer „persönliche Wahrheit“ für Anton; somit steht diese Sequenz stellvertretend für den dieser Subkategorie unterliegenden Grundgedanken. Daran anschließend möchte ich auch Josefs Statement, das dem vorhergehenden ähnelt, präsentieren, wenn er meint: „Des [eine eigene, regionale Identität] geht si in Wien grood no aus, aber es gibt eben kan typische St. Pöltner, kann typischen Kremser – des gibt's a goa ned.“
(persönliches Interview: Josef, Wien, 30.11.2023) Wie wichtig Stereotypen wie der Schmä, die als mehr oder weniger „regionale Eigenheit“ und somit Abgrenzung vom Rest des Landes im identitären Selbstverständnis

wichtig sein können, attestiert Christopher: „[...] dass alles nur noch konform zu sein hat und alles nur noch eine Graue Masse ist und keiner will herausstechen die Wiener Stereotype stechen hier halt raus.“ (persönliches Interview: Christopher, Wien, 07.05.2024). Dass das Schmähführen im Rahmen des subjektiv-individuellen Identitäts- und Stereotypenhaushalt als etwas genuin Wienerisches (also „durch Geburt und Sozialisation angelernt“ quasi) verstanden werden kann, zeigt sich in mannigfaltigen Aussagen der Interviewten. Manuel dazu klipp und klar: „Leute von außerhalb verstehen das oft nicht und müssen erst mal JAHRE da sein, um das zu verstehen.“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024) Eine Sequenz aus Erichs Interview scheint dies zu untermauern: „Das is’ eins von den wenigen kulturellen, sprachlichen [Aspekten], [...], wost aufwachs’n damit muasst, [damit du es] verstehst, kannst, [...]“ (persönliches Interview: Erich, Wien 30.08.2022) Somit wird dem Schmä(h)führen im individuellen Stereotypenhaushalt ein gewisser regional-essentialistischer; also durch Geburt und Herkunft beeinflusstes Identitätsmerkmal. Hier zieht er auch den Vergleich zu den Deutschen, wenn er über berufsbedingte Interaktionsprozesse mit ihnen spricht: „[...] aber da muss ma a sagen: die Deitschn probieren’s a oft [das Schmähführen], ja, aber könnens ned.“ (persönliches Interview: ebd.) Dass Schmä als Zeichen eines regionalen Identitätsaspektes respektive „Auszeichnung für echte Wiener“ verstanden werden kann, deutet beispielsweise Christophers vorhergehendes Zitat an. Hier vertieft sich die Bedeutung des Stereotypen Schmähs aber auch, indem er nicht nur regionale Identität sondern auch Authentizität impliziert:

HT: „Für dich ist Schmä also auch ein Zeichen von Authentizität also?“

CP: „**Auf jeden Fall!!** Auf jeden Fall.“

HT: „Also ist der Schmä zumindest ein Teil dessen, was dich authentisch macht?“

CP: „Ja na sicherlich [...]“

Neben der Authentizität, von der Christopher spricht, spielt auch ein gewisses Empfinden von Stolz eine zentrale Rolle bei der Aufrechterhaltung von Stereotypen, welche als limitisches Werkzeug verwendet werden, um sich vom Rest des Landes im Rahmen der persönlichen Identitätsverständnisses abzuheben. Hierzu Manuel: „Schmä ist stellvertretend für mich auch für etwas, was eine regionale Rückbesinnung ausdrückt.“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024) Anton wiederum hierzu: „**Natürlich** erfüllt mich das Wissen, dass wir unsere Stereotypen haben mit Stolz, [...] und der Schmä is da a ganz a zentrales Element.“ (persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024) Martin spricht von einem vergleichbaren Sachverhalt:

HT: „Diese Wiener Stereotypen, [...] sind die für dich auch ein Punkt, auf den du stolz bist, insofern als dass wir sagen können, wir heben uns durch die vom Rest der Nation ab?“

MS: Ja, schon! So wie der Kärntner seinen Dialekt hat, ist das schon was, was sehr fein ist, wenn man den Wiener nur anhand von ein paar Kriterien identifizieren kann.

Dass, wie bereits Martins Zitat impliziert, auch *Dialekt* essentiell für den Schmä ist, und somit dem Grundgedanken „*Sprache = (regionale) Identität*“ entspricht, attestieren ausnahmslos alle meine Gesprächspartner*innen im Rahmen der Interviews. Sie konzedieren, dass *er exklusiv auf Wienerisch* geführt werden kann bzw. Wiener Dialekt und der ihm inhärente Duktus und die sublime Dimension grundlegend für den Schmä sind. Stellvertretend hierfür möchte ich Josef zitieren: „Ein Wiener, der kann Dialekt spricht, kann kan Schmä moch’n.“ (persönliches Interview: Josef, Wien, 30.11.2023) Aber auch Simon ist hierfür ein sehr

gutes Beispiel: „Ich mein, wir haben eine ganz eigen Sprache; und der Schmääh auf wienerisch ein ganz eigener Schmääh ist.“ (persönliches Interview: Simon, Wien, 11.10.2024)

4.2. Wien als „Lieux de Mémoire“ und Quelle des Stereotypenhaushalts

„vor allem über regionale Symbole werden identitätsrelevante Positionierungen in das kollektive Gedächtnis der Öffentlichkeit hineingeschrieben.“ (Buß 2002: 9)

Dass eine Region respektive Stadt eine grundlegende Komponente in persönlichen Entwicklungen, Sozialwerdungen, Identitäten und Werten einer Person eine Schlüsselrolle spielt, ist nicht von der Hand zu weisen, denn *„Die eigene Entwicklung passiert in Interaktion mit der Umgebung, mit der Stadt, mit Wien. Für jene, die in Wien aufgewachsen sind, spielen Erinnerungen und Erfahrungen eine große Rolle in ihrer Wahrnehmung der Stadt.“* (Ehmayer 2003: 11)

In diesem Ergebnisteilkapitel stehen drei (oder auch quasi „2,5“), bereits in der Theorie/Methodik vorgestellte Subkategorien im Fokus:

- Zuerst wird sich der „räumlichen“ Komponente der Stereotypenproduktion gewidmet – hier stehen sich zwei Herangehensweisen gegenüber, um Stereotypisierungsprozesse aus zwei Betrachtungswinkeln zu erklären. Zuerst wird anhand des Würstelstands aufzeigen, wie ein Ort zu einem stereotypen **Mnemotop respektive stereotypen „Ikone“ für eine Region wird** und somit auch einen stereotypen Bezugspunkt für eine regionale (Teil-)Identität darstellt.
- Dem wird dann eine Institution beispielhaft gegenübergestellt; nämlich das Bestattungsmuseum, mithilfe dessen ich nachzeichnen möchte, **wie Orte selbst zu Emittenten stereotype Selbstbilder einer Region** und ihrer Individuen werden können.
 - Ergänzend hierzu wird die regionale Komponente, nämlich wie **regionale Geschichte, Erzählungen und „G’schichtln“** zum Identitäts- und Stereotypenhaushalt beitragen können und reproduziert/tradiert werden. Hier eignet sich der stereotype Themenkomplex „Wien und der Tod“ ausgezeichnet

4.2.1. Der Würstelstand: Mnemotop, Ikone und Ankerpunkt des regionalen Identitäts- und Stereotypenhaushalts

Wie bereits in der Theorie dargelegt, gibt es im Rahmen regionaler Identitäts- und Stereotypenhaushalte auch immer Orte, die allgemein als identitäts- respektive stereotypenkonstituierendes Potenzial innehaben und oft unreflektiert in den regionalen und persönlichen Identitätshaushalt übernommen werden; daher neigen sie dazu, zu stereotypen Orten verklärt zu werden. Wie, warum und welche Stereotypisierungsprozesse dieser Entwicklung zugrunde liegen, ist Kerninteresse dieses Abschnittes der Analyse und soll anhand des Wiener Würstelstands als stereotypes Mnemotop im in einem alltagskulturellen aber auch identitären Verständnis beispielhaft erklärt werden. Wie bereits in der Theorie erläutert, ist hier Hahns Begriff der **Indikatorrelation** zentral, denn es erlaubt die Frage, warum Objekten „aufgrund kulturspezifischer Konventionen“ identitätsstiftende und im weiteren Sinne stereotype Bedeutung (Hahn 2014: 115) zugewiesen wird – somit

Objekte nicht nur auf ihre reine Verwendung minimiert zu betrachten. Es wird hier versucht, über diese rein funktionale Betrachtung hinauszugehen und eine tieferliegende und sinnstiftende Bedeutung herauszuarbeiten. Um diese „sinnstiftende Bedeutung“ nuanciert nachvollziehen zu können, habe ich mich für die folgenden, induktiven Subkategorien entschieden, deren Diskussion im nächsten Kapitel ermöglichen wird, **WIE und WARUM der Würstelstand zu einem der geläufigsten Wiener Stereotypen werden konnte.**

4.2.1.1. Ein Ort, der Menschen verbindet: Der Würstelstand und seine Bedeutung als

„Gesellschaftstankstelle“⁵

Besonders auffallend in den Gesprächen mit meinen Interviewpartner*innen war aber die über die rein kulinarische – also lediglich als Quelle für schnelles Essen – hinausgehende Bedeutung des Würstelstandes und seine Definition als „Gesellschaftstankstelle“ respektive seiner Funktion als „Social Hub“ und somit auch als Element eines regionalen Identitäts- und Stereotypenhaushaltes ist. Auch in der ORF Doku zum Wiener Würstelstand wird dieser „als Brücke fürs Zwischenmenschliche“ (ORF 2019a: 01:04 – 01:06) bezeichnet, ergo der Würstelstand der Rang eines gesellschaftlichen Knotenpunkts zugesprochen, an welchem menschliche Interaktionen ermöglicht werden und sich somit ein **gesamtgesellschaftlicher Wert im Sinne eines „verbindenden Elements“ entsteht.** Anhand der Ergebnisse und draus induktiv abgeleiteten Subkategorien, zeigt sich, dass der Würstelstand in seiner stereotypen Eigenschaft auf einen **Mix** aus anderen Stereotypen angewiesen ist.

4.2.1.2. Starke Charaktere und der Würstelstand: Ein unzertrennliches Duo

Besagte Bedeutung als zwischenmenschliches Verbindungsstück spiegelt sich gleich in mehreren Aussagen wieder, welche sich um die Charaktere am Würstelstand dreht. Einerseits spricht Martin davon, „wo du das ein oder andere Mal auf Leidensgenossen triffst“ und man auch leicht ins Gespräch kommt, da für ihn der Würstelstand ein Ort ist, wo man „natürlich auch das ein oder andere Wiener Unikat“ (Persönliches Interview: Martin, Wien, 29.08.2024) treffe, was wiederum impliziert, dass „starke Charaktere“ einen Teil des stereotypen „Mikrokosmos Würstelstand“ ausmachen. Anton schlägt ebenfalls in dieselbe Kerbe: „[...] einerseits die Tatsache, dass ma dort die Originale sehen kann [...] bei am AUTHENTISCHEN Würstler hast mindestens einen Typen stehen, der dem Mundl sehr ähnlich sein kann; also quasi a stereotyper Wiener vom Aussehen und der Art her.“ (persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024) Christophers Aussage unterstützt diese Annahme ebenfalls: „DIE Leute. Es san einfach die Leute.“ (persönliches Interview: Christopher, Wien, 07.05.2024), genauso wie Simon, der aussagt, dass es „dort besonders viele Leute gibt, die in das Schema reinpassen, würd ich sagen, was ich grad beschrieben hab“⁶ und auch davon spricht, dass man „Den klassischen Wiener [...] jetzt beispielsweise am Würstelstand“ antreffen würde. (persönliches Interview: Simon, Wien, 11.10.2024) Simon unterstreicht auch einen anderen, sehr interessant Aspekt, wenn er sagt, dass „[...] weil wenn du vom klassischen Würstelstand redest würd ich einen, der nicht in das Klischee fällt, nicht als solchen bezeichnen. Auch der Bitzinger bei der Oper nicht.“ (persönliches Interview: ebd.) An diesen Einwand anknüpfend spricht auch Manuel davon, dass der Standort und somit Publikum des Würstelstandes wesentlichen Einfluss auf eine

⁵ (Schuberth 2012)

⁶ Simon spricht im Interview unmittelbar davor über „Wiener Originale“

stereotype Wahrnehmung dieser Institution hat, da er „[...] eigentlich Wiener Kultur [sei] und ich glaub, wenn man dort dann hingeh – kommt drauf an *WO* – also im ersten Bezirk sicher nicht, aber wennst jetzt sagst in jedem anderen Bezirk beim Würstelstand kanns scho sein [...]“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024), dass man „Wiener Originale“ antrifft. An anderer Stelle im Interview führt er zudem aus, dass „starke Charaktere“ wesentlich dazu beitragen, eine „stereotyp-esque“ Auffassung des Würstelstandes beizubehalten. (persönliches Interview: ebd.) Etwas, das auch aus einem Artikel der Presse zu Wiener Würstelständen hervorgeht: „Diese Chronik ist eine innerstädtische, am Floridsdorfer Spitz oder beim Prater werden andere Funktionen hervortreten, auch wenn die Würste dieselben sind. Als Zufluchtsort für Trinker und Herumstreuner zum Beispiel, die niemand als Flaneure bezeichnen würde.“ (Schubert 2012) Christopher, auf die Frage antwortend, ob er die mediale Repräsentation von Würstelständen und den dort vorkommenden „Wiener Originalen“ als akkurat empfindet, spricht sogar davon, dass dies „real und teilweise aber sehr erschreckend“ sei. (persönliches Interview: Christopher, Wien, 07.05.2024) Martin wiederum, der in Essling, also am rural-peripheren Rand von Wien wohnt, verbindet diese Wiener Originale mit regionaler Verbundenheit: „Ich bin dann schon sehr froh, wenn ich reinkomm‘ und du dann tatsächlich bist in so *richtig urigen* Betrieben sitzt irgendwo [...] da hast dann immer die Wiener Unikate dabei.“ (Persönliches Interview: Martin, Wien, 29.08.2024) **Gleichzeitig** wird der Würstelstand aber auch wegen seiner Funktion als „Gleichmacher“ (und dieser Kategorie titelgebenden) im Sinne einer „Gesellschaftstankstelle“ und die Menschen verbindendes Element/Social Hub verstanden. Davon berichtet sowohl Rudi, für den es ein Ort ist, an dem es „Keinen Dresscode gäbe“ und „der Bankmanager neben dem Straßenkehrer“ stehe (ero-episches Gespräch: Rudi: 24.08.2024); und auch in der ORF Doku spricht man davon, dass „Da Würstelstand glaub I, is a Tradition in Wien; do gengan olle Leit hi, die wos wenig Göd hom und die wos vü Göd hom“ (ORF 2019a: 18:15 – 18:19) und dass sich „[...] hier tatsächlich Einheimische, Touristen, Prominente mit eingeschlossen [träfen].“ (ebd.) Summa Summarum fasst Lena die grundlegenden Ergebnisse dieser Teilkategorie wohl am besten zusammen, indem sie erklärt, dass sie dem Würstelstand gar sein stereotypes Wesen absprechen würde, wenn es dort nicht die anzutreffenden Charaktere geben würde, die für sie eine*n typische*n Wiener*in ausmachen würden („Wiener Originale“) (ero-episches Gespräch: Lena, Wien 16. Juli 2024). Die präsentierten Ergebnisse implizieren also eine erste Schlussfolgerung: Ein stereotyp gedeutetes (physisches) **Mnemotop ist in diesem Fall darauf angewiesen, stereotype Charaktere** (ad hoc: „Wiener Originale“) zu beherbergen, welche **einen ersten, zentralen Aspekt** im Stereotypisierungsprozesses des Ortes beeinflussen. Im Kontrast dazu möchte ich auf die Betonung mancher Gesprächspartner*innen hinweisen, welche die „stereotype Qualität“ vom Publikum abhängig machen und, wie im vorhergehenden Absatz beschrieben, starke Charaktere benötigt, welche an touristischen Orten (Bitzinger; erster Bezirk) eher rar sind; etwas, das auch das von gefühlter Überheblichkeit strotzende Zitat von Schubert, widerspiegelt.

4.2.1.2.1. Interaktionsprozesse am Würstelstand. Oder: Der Therapeut des „kleinen Mannes“

Diese induktiv gestaltete Subkategorie fokussiert sich auf die Bedeutung der Interaktionsprozesse für den Stereotypisierungsprozess des Wiener Würstelstandes. Zentral sind hier Themen wie „Motschgern“; „Schmähführen“ und die Interaktionsprozesse zwischen der Kundschaft und dem Würstelstandbetreiber; aber auch untereinander/miteinander. Die Ergebnisse bestehen aus Gesprächspartikeln, welche im Kern der

Indikatorrelation folgen, wie in 4.2.1 dargelegt. Anton erwähnt den stereotypen Wiener Schmäh als zentrales Vehikel zur Wahrnehmung des Würstelstands als Wiener Stereotyp: „Es is auch so, dass a Würstler, wo ka Schmäh rennt, kein richtig wienerischer sein kann, des warat sonst a 08-15 Würstelbude in Deutschland vielleicht.“ (persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024) Hier kommt zusätzlich die Subkategorie des „direkten sozialen Wettbewerbs“ zur Geltung – welche dem Schmäh wiederum eine regionalidentitäre Note zuspricht respektive ihn *explizit* als stereotypkonstituierendes Element für den *Wiener* Würstelstand erklärt. Gleiches gilt für Martin, der Starke Charaktere beim Würstelstand als konstituierendes Element versteht und welche darüber hinaus beim „[...] vielleicht auch noch an schönen klassischen Wiener Schmäh daherrede[n]“ (Persönliches Interview: Martin, Wien, 29.08.2024) Ludwig untermauert dies ebenfalls, der davon berichtet, dass für ihn erst der Schmäh den Wiener Würstelstand zum *Wiener* Würstelstand macht. (ero-episches Gespräch: Ludwig, Wien 16.5.2024) Auch die Tiroler Reisegruppe, die mir eröffnet, dass ihnen schon aufgefallen sei, dass beim Würstelstand die Menschen durchaus „schnell ins Gespräch kämen“ (ero-episches Gespräch: Reisegruppe Tirol, Wien, 21.11.2023) und der Inhalt dieser Gespräche oft die Qualität eines „sich Ausschüttens, motschgerns oder rumwitzeln“ (ero-episches Gespräch: ebd.) hätten. Hier möchte ich auch auf Manuel verweisen, dessen Aussagen sich in dieselbe Richtung einordnen lassen und auf die tiefgehende Bedeutung des Würstelstandes hinweisen:

„[...] ich glaub auch, dass viele Arbeiter gerne eine Psychohygiene machen nach der Arbeit beim Würstelstand. [...] Wenn dann noch ein Anderer dort ist, [...], wost sagst ‚okay, red ma üban Tag‘, damit man glücklich nachhause geht. Ich glaub, dass das auf jeden Fall dazu gehört und dass das wichtig ist für den Wiener. Weil der Wiener spricht gerne. Motschgert gerne. Und *beim Würstler* kannst das einfach am besten.“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024)

Hier ist also nicht nur der stereotype Schmäh, sondern das für Wiener*innen stereotype „Motschgern“ [generell bezeichnet es jammern/lamentieren über Nebensächliches (auf hohem Niveau - hier aber konkret als Ausdruck einer „Psychohygiene“)] im Rahmen von dort stattfindenden Interaktionsprozessen Kernelement des Stereotypisierungsprozesses. Ebenfalls möchte ich auf den letzten Satz des Zitates hinweisen, der, wie bei Antons Aussage davor das Motschgern an den Wiener Würstelstand „bindet“. Diese Form des Interaktionsprozesses, der von meinen Gesprächspartner*innen (und den Wiener*innen allgemein) für sich deklariert wird, greift auch Simon auf, der das Ganze aber ein wenig anders ausdrückt, sich über die Unzulänglichkeiten des Alltags zu echauffieren: „[...] also der klassische Würstelstand-Wiener, der is für mich [...] a bissi unzufrieden und sucht nach Seinesgleichen auch mit dem er sich austauschen kann. Das ist für mich der stereotype Würstelstand.“ (persönliches Interview: Simon, Wien, 11.10.2024) Christopher bringt es ähnlich auf den Punkt, der, wie in der vorhergehenden Kategorie bereits gezeigt, neben den „Wiener Originalen“ auch Elemente stereotyper Interaktionsprozesse als fundamental für den „Stereotypenkomplex Würstelstand“ empfindet: „Also das Agieren der Leute untereinander. Weil du kannst einen Wiener irgendwo auf der Welt hinstellen, der wird es oasch finden und dann stellst erm einen zweiten Wiener dazu und die werden an Spaß haben.“ (persönliches Interview: Christopher, Wien, 07.05.2024) Diesen Eindruck hat auch Leo aus Graz, der glaubt, dass „auch das Jammern“ (ero-episches Gespräch: Leo, Wien 21.11.2023) einen konstituierenden Teil des Stereotyps darstellt. Etwas, das auch mittels ORF Dokumentation kolportiert wird, wie Georg Seberg dort sagt: „Des is ned nur für’n Hunger, der Mensch entspannt sich, der will reden mit einem, sag ma der erzählt ihnen was, der andere lasst seine Aggressionen raus, und so is des – des is wie ein Beichtstuhl.“ (ORF 2019a:

18:30 – 18:34) Stichwort Beichtstuhl: Gleichfalls wichtig empfinden meine Gesprächspartner*innen auch den Würstelstandbetreiber*innen und den mit ihm stattfindenden Interaktionsprozess. Oft wird davon gesprochen, dass er mehr als ein einfacher Betreiber, sondern auch „meistens sehr gesprächig ist, ein kleiner Psychologe für manche ist [...] [und auch] bissi ein Zusammenhalt ist zwischen Würstelstandverkäufer und Arbeiter“ besteht. (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024) Im Gespräch beim Würstelstand scheint unter anderem auch Rudi dies zu untermauern und vergleicht ihn zu Kellner*innen: „Kellner wollen dich zu gut betreuen oder ähnliches, aber der Würstelstandbesitzer hat ein G'spür für viel oder wenig reden.“ (ero-episches Gespräch: Rudi, 24.8.2024)

Dass im Rahmen der Interaktionsprozesse Sprache grundlegend ist, ist einer der bedeutsamsten Gedanken dieser Arbeit. Denn auch das idiomatische Vokabular im Wiener Dialekt sind mittlerweile ein häufig kolportiertes Ding, welches einerseits einen sprachlichen Stereotyp nach Außen trägt (vgl. hierzu Vogt 2024; Simcha 2010) – und somit eine*n Wiener*in von einem*einer „Zuagrast'n“ unterscheidet, wie mir der Besitzer eines Würstelstandes auf einer beliebten Einkaufsstraßen in Wien erläutert (ero-episches Gespräch: Toni, Wien 16.7.2024) Denn „A Eitritge“, ein „16er Blech“ würden nur noch Leute bestellen, die entweder Touristen sind, oder solche, die sich gerne als „Urwienner*in“ profilieren würden - was aber eher den gegenteiligen Effekt habe: nämlich dass ein eigentlicher Wiener sich somit in den Bereich der Outgroup einordnet. Somit kann der Würstelstand und der mit ihm verbundene Soziolekt auch zu einem integralen Bestandteil einer limitischen Struktur selbst werden, an welchem sich die Ingroup durch „korrekt“ verwendete stereotype Sprache von einer Outgroup unterscheidet – einen ähnlichen Vorfall hat mir beispielsweise auch Anton zu berichten, als er mir von einem Vorkommnis bei einem Würstelstand paar Wochen zuvor berichtete: Ein Wiener, der sich vor seinen Gästen aus Deutschland als „Ur-Wiener profilieren“ wollte, hat in seiner Unwissenheit über hiesiges „Würstelstandvokabular“ an der nicht mehr zeitgemäßen stereotypen Bestellung als ahnungslos geoutet, denn der Würstelstandbesitzer sei ihm in diesem Moment „mitm Oasch ins G'sicht gfoarn“ da er - so wie Anton auch - (vermutlich anhand des Dialekts) gemerkt habe, dass der Bestellende zwar ein Wiener ist, aber gleichzeitig durch seine Ahnungslosigkeit das „Etikett“ des echten Wieners im Rahmen einer Identitätsauszeichnung beschnitten hat. (persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024) Diese Erkenntnis wird von Einsichten aus einem anderen Gespräch mit Leo, einem Grazer, ergänzt, der mir, bei einem kurzen Gespräch am Würstelstand Pilgramgasse, auf die Frage, was den Würstelstand nun so stereotyp Wienerisch macht, unter anderem berichtet, dass es die Sprache sei: „[...] dann die Worte, die an den Würstelständen gesprochen werden; also Bucklige, Eitrige und so weiter [...]“ (ero-episches Gespräch: Leo, Wien 21.11.2023) Ergänzend ist hier auch Erichs Aussage wichtig, da sie die Veränderung des stereotypen Soziolekts beim Würstelstand widerspiegelt: „[...] du musst am Schwedenplatz, gehst hin und bestellst a Eitrige, mit an gschissanen und an Krokodü und Bugl und an 16er Blech.[...] war wie ich noch gelernt hab, üblich. Heute eher selten.“ (persönliches Interview: Erich, Wien, 30.08.2022) Hier lässt sich auch die ein Statement aus der ORF Doku einordnen: „Burnheidl und a Hüsn sagt man vielleicht gerade mal noch in der Vorstadt. Die Sprache am Würstelstand hat sich verändert.“ (ORF 2019a: 26:20 - 26:22)

Diese Subkategorie hat nun gezeigt, dass der Würstelstand eine tiefe Bedeutung im Sinne einer Indikatorrelation hat, welche für die Wiener*innen über eine simple Gelegenheit, „schnell etwas zu essen“,

hinaus reicht. Oder es mit Schubert's Worten zu sagen: „Die sympathische Vorstellung vom Würstelstand als Ort der Kommunikation verdeckt seine eigentliche Funktion als Nahversorger.“ (Schubert 2012) Neben den Starken Charakteren sind auch die dort stattfindenden Interaktionsprozesse und deren Inhalt Schlüsselement des „Stereotypengeflechts Würstelstand“. Oder, wie der bereits zuvor zitierte Georg Seberg in der ORF Doku sagt: „Des is ned nur für'n Hunger“ (ORF 2019a: 18:30 - 18:31)

4.2.1.3. Historisch gewachsen: Vom Nahversorger zur „Ikone, Metonym und Metapher“

Dritte, zentrale Teilkategorie, die ich im Rahmen der Datenauswertung induktiv ableiten konnte, ist die geschichtliche Komponente. Wie bereits in Theorie dargelegt, wird Geschichte als Prozess verstanden, der zu Stereotypisierung bestimmter Aspekte einer Gesellschaft (durch Verklärung beispielsweise) beitragen kann. (vgl. Hahn 2017) Wie Siebeck schreibt: „Die Erinnerungsorte sind nicht einfach immer schon da, sie sind historisch geworden; ihre Symbolik ist ihnen nicht inhärent, sondern wird ihnen zugeschrieben; ihre Bedeutung ist nicht statisch, sondern in stetem Wandel begriffen.“ (Siebeck 2017: 6) Das hier verwendete ausgewertete Datenmaterial orientiert sich an Mayrings bereits in der Einführung des Methodenkapitels erwähnten Vorschlages, „**Dokumenten unterschiedlichster Natur** [wie beispielsweise] **Biografien**, [...] **Zeitungen**, **zeitgenössische Berichte**, [...] **u.v.a.m.**“ (Mayring 2012: ebd.) für eine Analyse heranzuziehen; daher wurde in dieser Teilkategorie Berichten und Monografien (größtenteils) der Vorzug gegenüber Daten aus Interviews und ero-epischen Gesprächen gegeben. Vor allem aus dem Grund, dass sich historische Entwicklungen besser auf bereits vorhandenen Dokumenten „unterschiedlichster Natur“ nachzeichnen lassen.

Die Grundidee des Würstelstandes (und somit auch die Grundlage eines „Geschichtsbildes“, das später Stereotypisiert wurde) entstand im Zuge der Industrialisierung: Einerseits verweist Stefan Olah auf die im Zuge ebendieser vor allem in Großstädten entstehenden Imbisskultur, welche sich unter anderem durch kurze Essenspausen im Rahmen des Arbeitsprozesses die Idee eines Schnellimbisses verfestigte (Olah 2013: 12). Antwort auf das Bedürfnis der Arbeiter, eine schnelle, warme Mahlzeit zu sich zu nehmen erfolgte bereits im 18. Jahrhundert in der Form von „Bratelbratern“: [...] sie verkauften heiße Würste und Geselchtes an kleinen Verkaufsständen oder aus Gassenfenstern heraus. Andere übten das Gewerbe mit Bauchläden und tragbaren Wurstkesseln aus“ (Schubert 2012) und waren „[...], häufig vor den Toren der Fabrik oder an den Verkehrsknotenpunkten stationiert [...]“ (Olah 2013: 12) Waren diese Schubkarren und Handkessel damals der gängige Modus Operandi, erfuhren sie eine Transformation im frühen 20. Jahrhundert: Es „kamen dann vermehrt Wagen auf, aus denen heraus Würste verkauft und die täglich zu einem Stammplatz gebracht wurden.“ (Olah 2013: ebd.) Diese waren „überdacht und besser ausgestattet [...] nach und nach als fertige Anhänger konzipiert“ (Schubert 2012) und gerade für die unteren sozialen Schichten ein essentieller Nahversorger, denn „Früher war der Würstelmann das einzig warme Essen für die armen Leute. Zimmer, Kuchl, Kabinett hat's ja ned geben vorm ersten Weltkrieg.“ (ORF 2019a: 19:30 - 19:32) Die Gesamtsituation nach dem 2. Weltkrieg – zerstörte Häuser (Küchen), Nahrungsmittelknappheit, etc. – bedingte, dass „der fahrbare Würstelstand einmal mehr zu einer leistbaren Ernährungsmöglichkeit [wurde]. [Und ab diesem Zeitpunkt beginnen damit d]ie Wiener auch eine Form der Heimat zu verbinden.“ (ORF 2019a: 21:00 - 21:04) Etwas, was auch der Manuel feststellt und den Würstelstand als „eigentlich Wiener Kultur“ betitelt (Persönliches

Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024) und ihm somit, wie ebenfalls in der ORF Doku beschrieben als identitätsstiftendes Element versteht. Mit der beginnenden Transformation zu einem regionalen Identitätsaspekt nach dem 2. Weltkrieg beginnt auch die Bedeutungstransformation vom Nahversorger zur *Ikone* in der Zeit danach – und somit ein Stereotypisierungsprozess, der bis heute andauert und ihre Wurzeln *einerseits* wieder in den sozioökonomischen Zuständen findet. Ab den 60/70ern gab es in den neuen Wohnbauten eigene Küchen und der Würstelstand bekommt somit eine neue Rolle zugewiesen: Er wird vom rein pragmatischen Nahversorger zu einer *Institution* - dies vornehmlich bei Nacht. Auch das Publikum ändert sich, da sich neben Einheimischen und Arbeitern nun auch Touristen und Prominente beginnen, hin zu „verirren“ (ORF 2019a: 21:46 – 21:51). Hierzu meint auch beispielsweise Lena im Gespräch, dass sie gerade nach ihren Schichten den Würstelstand auch als Ausdruck der Wertschätzung der ikonischen Bedeutung ebendiesen besucht – und nicht lediglich, um schnell noch was zu essen (ero-episches Gespräch: Lena, Wien 16.7.2024). Anton spricht von Ähnlichem:

„[...] zu etwas geworden, was man schon auch bissi mit an Regionalstolz verbindet und ich geh eher hin, weil ich damit schon auch ein Stellvertreter nach außen für Wien verbind; es is als ned der bloße Hunger sondern fast a Prinzipsache und immer auch a bissi a Zelebrieren, dass es sowas gibt und stereotyper Ort für uns Wiener ist.“ (persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024)

Andererseits beginnt mit einer gewissen medialen Verklärung ein weiterer Teilprozess, der die Stereotypisierung und „Ikonisierung“ vorantreibt respektive auf dem Nachkriegs-Heimatgefühl aufbaut. Denn „Wie das Caféhaus, wird der Würstelstand zum Drehort für Filme, die den Wiener Flair zeigen wollen.“ (ORF 2019a: 24:44 -24:47) Hierzu meint auch Josef im Hinblick auf die damalige Zeit: „De san *EING'IMPFT WURD'N*.“, und macht die Medien der „Mittäterschaft“ schuldig, denn sie würden „durch des Medium Film und in welcher Art auch immer“ produziert (persönliches Interview: Josef, Wien, 30.11.2023). Besonders ab den 80er Jahren sei durch Berichterstattung, Magazine und Filme ein Prozess in Gang gesetzt worden, der dazu führte, dass der Würstelstand „zur Wiener Marke wie der Heurige oder das Kaffeehaus [wurde].“ (Schuberth 2012) Was der Stereotypisierung/Ikonisierung ebenfalls zuträglich war, war ebenfalls die Tatsache, die Anton im Gespräch erwähnt hat: „Wennst denkst, früher hast nach'm Kino oder Tanzabend nix mehr g'habt zum Futtern, außer vielleicht an Würstelstand eben; der war mit seinem Leuchten, seinen Schildern bissi wie a Leuchtturm in der Dunkelheit.“ (persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024) Etwas, das auch die Doku erwähnt: „Bis in die 90er Jahre gab es nach dem Kino oder Theaterbesuch durch die frühe Sperrstunde nichts mehr zu Essen. Dieser Umstand bescherte dem Würstelstand seine bis heute gültige Existenzberechtigung. Die Versorgung aller nächtlichen Schwärmer.“ (ORF 2019a: 36:48 - 36:51) Von dieser tieferliegenden Bedeutung kann, neben dem Verfasser dieser Arbeit, auch mein Gesprächspartner Martin berichten: „Ich geh eigentlich nur noch hin nach dem Fortgehen. [...] [D]ann stehst halt da und beim Würstelstand und trinkst vielleicht noch an Absacker und kommst ins Gespräch mit an Anderen.“ (Persönliches Interview: Martin, Wien, 29.08.2024) Hier kommt nun auch die „familiäre“ Note hinzu, die dem Würstelstand für meine Gesprächspartner*innen eine zusätzliche Bedeutung geben: „Es is leicht familiär einfach. Du fühlst dich grad, wenn du öfters kommst, geschätzt“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024) berichtet Manuel beispielsweise; etwas, das auch Rudi erzählt: „Würstelstand is eine Treuesache. Du fährst nicht durch Wien und musst nicht immer bei null anfangen.“ (ero-episches Gespräch Rudi: 24.08.2024) Auch anhand einer möglichen Verlusterfahrung des Würstelstandes lässt sich eine sublimale, „dahinterliegende“ Bedeutung für die Interviewten bemessen. So

berichten beispielsweise Martin und Constanze, dass es sie „auf jeden Fall stören würde“ (Persönliches Interview: Martin, Wien, 29.08.2024) bzw. es Sorgen bereitet hat „dass die aussterben“ (persönliches Interview: Constanze, Wien, 07.05.2024). Doch auch in der Rolle als eigentlicher Nahversorger bzw. „wenns schnell gehen muss“ findet sich stereotypisiertes, denn auch Nahrungsmittel und Getränke können zu einem regionalen Identitätsmarker werden (vgl. Franke/Ratter 2017: 17) und zu einem Stereotypen mutieren, der wiederum auf weitere Stereotypen (hier der Würstelstand) verweist – oder an welchen Ort denken Sie, wenn Sie „A Eitrigle mit an Bugl, an G’schissanen und ana Hüs“ hören?

... Eben.

4.2.2. Institution als Mnemotope - oder: Die Wiener*innen und der Tod.

Wie Orte zu stereotypen Mnemotopen werden, wurde vorhergehend bereits gezeigt. Wie nun aber Orte **selbst** zu Reproduzenten und Emittenten stereotyper Vorstellungen werden können, möchte die Arbeit am Beispiel des Bestattungsmuseums in Kombination mit den gängigen Stereotypen des morbiden Hangs der Wiener*innen aufzeigen. Bereits 2013 zeigte das Wienmuseum, die Thematik hinsichtlich der Macht von Museen und deren Einfluss auf den Identitäts- und Stereotypenhaushalt im Zuge der Ausstellung „Wiener Typen. Klischees und Wirklichkeit.“ der Wiener Gesellschaft auf. Beispielsweise wie „bei der Erstaufstellung des Historischen Museums im Jahr 1888 [...] ‚Volksfiguren und Volks-Szenen‘“ (Kos 2013: 18) durch einen Zugang, der „dem der Feuilletonistik, die mit Geschichten von Wäschermädchen, Marktweibern oder Schusterbuben und deren Verknüpfung mit einer **verklärend-retrospektiven Interpretation** der Stadtentwicklung“ (Kos 2013: ebd.) entsprach und somit Zeitgeist und stereotype Vorstellungen und folglich auch Geschichts- und Gesellschaftsbilder über/in Wien und seine regionale Identität prägten. Dieser Prozess der „(Stereo-)Typenwerdung“, der sich im Schnittpunkt zwischen Verklärung, Stereotypisierung und Romantisierung findet, unterliegt somit nicht unwesentlich auch einer institutionellen Komponente, wie Kos beschreibt:

„An einem Beispiel lässt sich zeigen, wie auch das Museum an der Typenproduktion beteiligt war und wie dominant in den Köpfen der Kuratoren des Museum die Typenklischees waren: Unter der Inventarnummer 666.144 wurde einst eine Medaille inventarisiert, die eine unbekannte Frau zeigt. Der zuständige Kurator glaubte ein Wäschermädel zu erkennen und lies seine erotische Projektion in die Definition des Objekts einfließen, indem er die Frau als „Wäschermädel (Dekolleté)“ bezeichnete.“ (Kos 2013: 18f)

Dass dieses Topic auch ein beliebtes stereotypes Thema im Rahmen von Tourismus-Broschüren ist (siehe beispielsweise Egghardt 2020), der seitens der In-Group in Form öffentlicher Institutionen und ihrer Kommunikation mit Out-Groups aktiv aufgegriffen, weiter reproduziert wird, und somit einen Stereotypen darstellt, dessen Propagierung sogar einen wirtschaftlichen Aspekt innehat. „Wir haben es weltweit verschickt. [...] Natürlich auf Deutsch.“⁷ (persönliches Interview: Erich, Wien, 30.08.2022)

4.2.2.1. Die mnemotopische Bedeutung der Region, der Geschichte und „G’schichtln“ als Emittent stereotyper Imaginationen: Beispiel Bestattungsmuseum

Ähnliches lässt sich auch auf das Bestattungsmuseum, wo die Todesthematik und das Morbide, welche im Stereotypenhaushalt und regional-kulturellen Selbstverständnis der Wiener einen festen Platz hat, umlegen.

⁷ Erich berichtete im Kontext dieser Aussage, dass das Museum die FFP2-Masken mit dem makabren-humoristischen Spruch „Corona sichert Arbeitsplätze“

Hier zeigt sich einerseits, wie ein Teil einer Grundgesamtheit an Individuen institutionalisiertes Wissen zu stereotypen Repräsentant*innen einer Geschichtsperiode (Hier dem Wien des Fin de Siècle) respektive einer Region werden können. Es lässt sich ebenfalls die Erkenntnis gewinnen, die bereits Hahn in seiner Analogie zwischen Geschichtsbildern und Stereotypen beschrieben hat: Aus diesen ursprünglichen Geschichtsbildern (in Form abgebildeter Personen - oder wie bereits etwas weiter oben erwähnt: „Volksfiguren“) ergibt sich „eine eindeutige Bestimmung der Identität [...] [und da] Schlussfolgerungen aus der Geschichte aber als etwas Definitives gelten, werden solche ‘Geschichtsbilder’ zu Stereotypen.“ (Hahn 2017: 151)

Bereits eine der ersten Plaketten der Dauerausstellung im Bestattungsmuseum verweist auf eine historische Komponente des Stereotyps: „Man sagt den Wienerinnen und Wienern ein besonderes Verhältnis zum Tod nach. [...] der Tod hat in Wien immer seinen Platz.“ Zusätzlich kommt hinzu, dass das Wiener Bestattungsmuseum das einzige ist, welches – selbst im internationalen Vergleich – *regionalbezogen* ist, also explizit Wiener Geschichte als historischen Bezugspunkt hat (persönliches Interview: Erich, Wien, 30.08.2022). Um Hahns Zitat weiter zu bekräftigen, ist auch eine Sequenz aus dem Experteninterview mit Erich wichtig, welche den historischen Stereotypisierungsprozess weiter beleuchtet:

„[...] weil eben der Wiener [...]; der hat nix verbrennt [Dokumente/Aufzeichnungen], [...] Sprich [die] Pest ned verhamlicht, sondern [...] „jo, es woa scheiße, aber wir haben’s gemeistert. Und übrigens, wir haben auch noch die Dokumente dazu!“ Also im 19/20. Jahrhundert [...] is’ ma so dann bewusst auf den Zug aufg’sprungen, der Tod muss a Wiener sein. Na ned wörtlich, [...] sondern in die Richtung, weil der Wiener an Bezug dazu hat.“ (persönliches Interview: Erich, Wien, 30.08.2022)

Dass dieser Stereotyp nicht von irgendwo kommt, sondern in der Geschichte verwurzelt ist, respektive auf Kunst und Kultur als „Enabler“ und Verstärker zurückgreift „[...] lässt sich [...] am künstlerischen Schaffen seiner Bewohner festmachen: Zahlreich sind die Darstellungen des Todes in Literatur und Malerei – bis herauf in die Gegenwart.“ (Klein 2007: 9) Hier ist vor allem das Wienerlied/Heurigenlied essentiell: „Ein eigenartiges Klischee ist die Todessehnsucht [...], die sich vor allem in den Heurigenliedern zeigt.“ (Ehmayer 2003: 26) Und auch Constanze erwähnt die an mehreren Stellen im Interview, dass der Tod, Tragödie und Trauer einen konstituierenden Aspekt im regionalen Liedgut einnehmen (persönliches Interview: Constanze, Wien, 07.05.2024). So auch Erich der Kurator im Gespräch: „Gehst du in die 20, 30, 40 und 50er Jahre rein, mit Wiener Lieder [...] hast du *immer wieder* den Schwerpunkt beim [...] Tod.“ (persönliches Interview: Erich Traxler, Wien, 30.08.2022). Die Tatsache, dass man mit dem Thema Tod – und seinen für Wien stereotypen Umgang – sozialisiert sein muss, betont auch der legendäre Georg Kreisler in einem Interview: „das Wienerlied is sicher ein Genre für sich. Ich glaub fast, man muss ein Wiener sein um es zu spielen. Man muss irgendwie damit aufgewachsen sein. [...], es ist schon sehr lokal und lokal begrenzt und man muss damit gelebt haben.“ (ORF 2019b: 04:02-04:12) Somit lässt sich sagen, dass für Erich (und folglich die Ausstellungsgestaltung im Bestattungsmuseum) die Sozialisierung – und somit der Weitergabe gewisser stereotyper Imaginationen – eine zentrale Rolle einnimmt: „Wir sind alle in Wien aufgewachsen. Das is schon mal der Unterschied, du hast an total andern Zugang zu dem Ganzen.“ (persönliches Interview: Erich Traxler, Wien, 30.08.2022) An anderer Stelle betont er auch, dass es diese Art, das Bestattungsmuseum zu führen, und gewisse stereotype Imaginationen einfließen zu lassen, „immer nur mit den Einwohnern“ (persönliches Interview: ebd.) funktioniert – es also nur angenommen werden kann, weil die Resonanz der Besucher*innen eine positive ist.

Dass der einzigartig-stereotype Umgang mit dem Tod in Wien, der irgendwo zwischen „[n]icht grausam, nicht furchterregend, sondern als lustiger Freund“ (ORF 2019b: 05:22-05:27) liegt, spiegelt sich auch im Merchandise des Bestattungsmuseums wider: Legobausätze wie ein Krematorium oder ein Leichenwagen setzen schon bei den Kindern einen gewissen Zugang zum Tod. Diese Tradition findet sich bereits in Fin de Siècle, denn „[e]s gab sogar kolorierte Ausschneidebögen für Kinder mit einem typischen Trauerzug“ (Klein 2007: 112) Die Etablierung des Todes in Wien als Stereotyp reicht auch weiter in die Geschichte zurück, die Wien als Identitätsaspekt prägt: *„Der Liebe Augustin“ als Starker Charakter ist für viele Leute essentiell*. Dass es nicht einmal konkrete Kenntnis der Stadtsage benötigt, seine Strahlkraft als Person aber trotzdem wesentlichen Einfluss auf den Stereotypenhaushalt hat, zeigt sich beispielsweise im Laufe von Simons Interview, in welchem er zwar den Lieben Augustin für den Stereotypen Tod und Wien (mit)verantwortlich macht, aber gleichzeitig betont, die Sage nicht wirklich zu kennen (persönliches Interview: Simon, Wien, 11.10.2024). Diese Tatsache zeigt die Wirkmächtigkeit eines stereotypen Narratives respektive regionalen Legende, da er sich die Entstehung des Stereotypen/Starken Charakters trotzdem geschichtlich herleitet: „Ja stell dir vor, du wärst so einer gewesen der die Leut’ in die Grube haut und irgendwann is dir der Tod wahrscheinlich bissi egal; kannst dich auch bissi drüber lustig machen; also Galgenhumor; ich glaub schon, dass sich das so bissi manifestiert hat in unserer Kultur“ (persönliches Interview: ebd.). Hier lässt sich auch Erichs Aussage einordnen: „Wien hat dann a Geschichte draus g’macht mit’m Lieben Augustin.“ (persönliches Interview: Erich Traxler, Wien, 30.08.2022) Hierzu Historikerin Katrin Unterreiner in Bezug auf die Geschichte vom Lieben Augustin: „[...] [d]as hat die Menschen fasziniert. Das hat die Wiener Seele eigentlich auch berührt; deswegen is das auch so erfolgreich geworden und eigentlich ein **Synonym** dafür, dass die Wiener humorvoll mit dem Tod umgegangen sind und eigentlich in ihr Leben hereingeholt haben.“ (ORF 2019b: 13:20-13:28) Dies geschah vor allem in Form von Musik und Gesang, woraus sich im Laufe der Geschichte die Wiener-/Heurigenlieder entwickelten.

Im Rahmen des Bestattungsmuseums (aber auch im Rahmen anderer Institutionen; vgl. Egghardt 2020) wird auch immer wieder das *geflügelte Schlagwort* **„die schene Leich“** als historischer Aspekt und Wurzel des Stereotyps aufgegriffen, welche für Erichs Verständnis vom stereotypen Zugang zum Thema Tod ebenfalls zentral ist. Auf die Frage, was ein „typisches Wiener Begräbnis“ für ihn wäre, sei für ihn „die schene Leich“ (persönliches Interview: Erich Traxler, Wien, 30.08.2022), deren historischer Kern auf die „pompösen Herrscherbegräbnisse der Habsburger“ zurückgeht (ORF 2019b: 14:30-14:32). Es ging in der Geschichte also darum, die eigene Person ein letztes Mal hochleben zu lassen und Status zu zeigen; „[d]ie schöne Leich als barockes Gesamtkunstwerk. So ging das auch in andere Bevölkerungsschichten über, der Adel mit Prunkvollen Mausoleen, [...] bis hin zum Bürgertum, das auch versucht hat dem nachzueifern.“ (ORF 2019b: 15:33-15:39)

5. DISKUSSION

Im vorhergehenden Kapitel wurden die wesentlichsten Ergebnisse meiner Datenerhebung vorgestellt und sollen im Folgenden nun in den theoretischen Kontext gesetzt und diskutiert werden. Hierzu gilt es also im Wesentlichen die Hauptforschungsfrage befriedigend zu beantworten, was anhand mehrerer Teilforschungsfragen (und deren Ausdruck in Form von Teilkategorien) bewerkstelligt werden soll. Hier laufen also alle Fäden zusammen und sollen vor allem Antworten auf die Frage geben, wie die Wiener Stereotypen im individuellen und regionalgesellschaftlichen Identitäts- und Stereotypenhaushalt persistieren. Dies erfolgte mithilfe der Erklärung anhand einzelner Betrachtungsdimensionen, welche vorhergehend bereits vorgestellt wurden. Hier kristallisierte sich im Laufe der Auswertung...

- ... erstens, der Stereotyp Schmä als perfekte Analyseebene dient, um die Persistenz/Reproduktion eines Stereotypenkonstrukts im Rahmen persönlicher Interaktionsprozesse nachzeichnen zu können.
- ... zweitens, der Würstelstand als Beispiel dafür, wie ein regionaler Stereotypisierungsprozess respektive ein Objekt der „Stereotypenwerdung“ unterworfen sein kann.
- ... drittens, wie Stereotypenkomplexe (am Beispiel des Komplexes „Wien und der Tod“) institutionell weitergegeben werden können und wie regionale Geschichte und „G’schichtln“ verklärt und somit aktiv dazu beitragen, einen gewissen Stereotyp im Rahmen des regionalen Identitätsangebotes weiterzugeben.

5.1. Schmä: Die Bedeutung des Stereotyps für die Wiener*innen als weitreichender, durchdringender Stereotypenkomplex

5.1.1. Der Schmä und die Identität

Der bereits im Auswertungsteil als das „Schweizer Taschenmesser“ verwendete Ausdruck für den Schmä als wahrer „Alleskönner“ unter den Wiener Stereotypen sollte bereits ein erster Indikator für seine tiefe und mannigfaltige Bedeutung für den persönlichen und regionalgesellschaftlichen Stereotypen-/Identitätshaushalt sein und seine Qualität als „Meta-Stereotyp“⁸ unterstreichen. Die diversen Funktionen wurden in der folgenden Diskussion einer Interpretation und theoretischen Kontextualisierung unterzogen, um aufzuzeigen, welche Facetten dem Schmä als stereotypes Konstrukt an Bedeutung zugeschrieben werden und wie dieser Stereotyp durch die ihm beigemessene Bedeutung im individuellen, aber auch als regional-gesellschaftliches Mnemotop persistiert.

Dass der Schmä ein regionalspezifischer Stereotypenkomplex ist, der durchaus einem generellen Wahrheitsanspruch gerecht werde, hat bereits Müller als etwas beschrieben, als etwas, an dessen „historischen wie gegenwärtigen Realität [nicht] gezweifelt“ (Müller 2012: 239) werden sollte. Sie präsentiert die „zwei exemplarische Spielarten des Wiener Schmäs“ (Müller 2016: 237), welche sich aus einem

⁸ Hier nicht im Sinne des theoretischen Konzepts von Auto-/Hetero-/Metastereotyp zu verstehen, sondern mehr als viele stereotype Einzelaspekte durchdringendes Stereotypenkonstrukt

identitätsstiftenden Aspekt und einem **kommunikativen** Aspekt zusammensetzen; etwas, woran auch vorliegende Arbeit im Rahmen der Kategorienkonzipierung und Auswertung angelehnt wurde. Sabine Müller ortet in dieser zweifachen Bedeutung im Vergleich zu anderen Lachkulturen Europas jedoch gerade im identitätsstiftenden Aspekt eine distinktiv regionale Besonderheit, da es hier zu einem „Ineinandergreifen von Kommunikationsmustern und Kollektivstereotypik“ kommt (ebd.: 239) – etwas, das ich im Rahmen der Ergebnispräsentation ebenfalls zeigen konnte und sich somit mit der rar gestreuten akademischen Literatur (Müller 2012; 2016) deckt. Zentral ist hier die Erkenntnis, dass der Schmäh zum Kernaspekt im Autostereotypisierungsprozess (vgl. hierzu die zahlreichen Aussagen in Teilkapitel 4.1.2.) der Wiener*innen erhoben wird, um sich von „Zuagrast’n“ respektive der „Außenwelt“ identitär zu unterscheiden. Der Schmäh selbst wird also zu einer limitischen Struktur, wodurch ihm gleichzeitig ein gewisser Wahrheitsgehalt zugesprochen wird (vgl. hierzu im Grunde genommen sämtliche Interviews). Dies bedeutet folglich, auch vom Standpunkt der Indikatorrelation aus betrachtet, dass in seiner identitätsstiftenden, sich von allen Nicht-Wiener*innen und der „Alleinstellungsmerkmal-konstruierenden“ Komponente eine erste Teilbegründung für das Fortbestehen als Stereotyp liegt.

Dass dem Schmäh neben einer rezenten Rolle des Identitätsaspektes bereits eine historische Qualität als „Identity Marker“ innewohnt, attestieren ebenfalls mehrere Quellen, die den Schmäh als Teil einer eigenen, regionalen Identität verstehen und somit von heute rückblickend den Versuch der Etablierung einer historischen Komponente implizieren. Historische Quellen sprechen immer von vom „Schnelle[n] Berlin – langsame[n] Wien“ (Kos 2013: 16), der Auseinandersetzung zwischen diesen beiden Städten im Rahmen katholischer und protestantischer geprägter Alltagskultur, Lebensstilen und Low Culture Aspekten (Müller 2012: 242), aber auch in der Reiseliteratur des 15. Jahrhunderts, welche den Wiener*innen eine gewisse Sinnlichkeit uns „dauernd singen und zu viel essen“ unterstellen (Ralser 2008). Dahinter lag aber eine „politische Dimension: In Wien waren die Lebensmittelpreise deutlich niedriger als zum Beispiel in Berlin [...]“ (ebd.) Eine wesentliche Tatsache, die hier evident wird: Sowohl diese Beispiele für historische Quellen, meine formellen Interviews, als auch informellen Gespräche, aber auch im Rahmen der TV Beitrags der NZZ wird Schmäh als Identitätsmarker verwendet, um sich, nicht nur von Restösterreich, sondern auch besonders vom „großen Bruder“ Deutschland abzugrenzen. Ad hoc zeichnet sich also eine historische Kontinuität ab, die der geschichtliche Aspekt des Stereotyps impliziert und somit auch seine Persistenz im regionalen Stereotypen- und Identitätshaushalt widerspiegelt. Hier finden sich auch in der Theorie vorgestellten theoretischen Aspekte wieder, wenn man beispielsweise den Faktor der Beständigkeit von Eugen Buss heranzieht: „Regionale Identität ist die Aneignung und Fortschreibung eines gewachsenen historischen Profils“ (Buss 2002: 57); es ist die identitätskonstituierende Komponente des Stereotypen „Schmäh“ in gewissem Umfang also auch auf den „ewigen Vergleich“ zwischen Wien und Berlin respektive Deutschland angewiesen. Die historische Komponente des identitären Parts des Schmäh kann durch Buss aus dem Umstand heraus erklärt werden, dass „[h]istorische Sinnbilder, [...] historische Symbole und Erfolgsgeschichten [...]die authentische Essenz einer Region [bilden], das, was sich in einer breiteren Öffentlichkeit als wirksames Sediment eines Zugehörigkeitsempfindens ablagert“ (Buss 2002: 46), der Schmäh also einen „sozialen Kitt“ im Sinne eines das Zusammengehörigkeitsgefühl fördernden Aspekt zwischen Bewohner*innen einer Region (also beispielsweise Wien) darstellen kann. Hier tritt also eine der drei wesentlichen kognitiven Funktionen des

Stereotypisierungsprozesses (vgl. Tajfel 1969) in den Vordergrund: Neben der Generalisierung und Kategorisierung ist hier vor allem die Akzentuierung des Schmähs zwecks Identitätsfestigung und Grenzziehung nach Außen im Rahmen des Autostereotypenhaushalts essentiell. Spannend ist nämlich, dass der Schmä als Identitätsvehikel hier eine Ausnahme darstellt: Stereotypisierungsprozesse funktionieren in der Regel so, dass der Ingroup von der ihr Angehörigen Verhaltensweisen, Eigenschaften etc. wesentlich nuancierter und vielfältiger dargestellt werden, während die Outgroup wesentlich undifferenzierter betrachtet wird (vgl. Thomas 2006: 9f; Tajfel 1969: 84f). Aber sowohl in den gesichteten Dokumentationen, meinen Interviews, als auch den informellen Gesprächen war tendenziell festzustellen, dass meine Gesprächspartner*innen besagten undifferenzierten Blick auf die Ingroup haben und quasi oft impliziert wurde, dass Wiener*innen der Autostereotyp „ganz allgemein“ innewohne. An dieser Stelle wird auch der Attributionsfehler, der dem Stereotypisierungsprozess innewohnt, evident, denn es wird den Daten zufolge somit Außen vorgelassen, dass nicht jeder*m Wiener*in im gleichen Maß ein Schmä inhärent ist und es hier dazu kommt, dass „die Ähnlichkeiten innerhalb einer Gruppe überschätzt sowie die Unterschiede zwischen Gruppen unterschätzt werden.“ (Jonas/Schmidt-Mast 2007: 73), etwas, was für Stereotypisierungsprozesse kennzeichnend ist. Auch in seiner identitätsstiftenden Sinnhaftigkeit für das Individuum kann ein weiterer Grund des Überdauerns des stereotypen Schmä gesehen werden. Buss argumentiert, dass regionale kulturelle Identität, zu welcher Stereotype zweifelsohne gehören, als „eigener Mikrokosmos gedeutet werden kann“, welcher „Grenzen nach außen [schafft], differenziert, klassifiziert [und ab-]grenzt“ (Buss 2002: 27) Hierdurch wird regionale Identität „[...]als eine Art kultureller Erkennungscode“ (Buss: ebd.) wirksam, welcher sinnstiftend für den individuellen Stereotypen- und Identitätshaushalt fungiert.

5.1.2. Der Schmä und Wiener Dialekt: Untrennbar

Dass der Schmä als Stereotyp aufgrund seiner **doppelten** Funktion im regionalen Identitäts-/Stereotypenangebot, neben der identitätsstiftenden auch eine Interaktionsprozesse beeinflussende Ebene hat, macht ihn also distinktiv unter den europäischen Lachkulturen respektive Kommunikationsformen; gerade dieses breite Angebot. Folgend werden nun Ergebnisse in den (kommunikations-)theoretischen Kontext gesetzt um aufzuzeigen, wie dieser Stereotyp im Rahmen von Kommunikationsprozessen reproduziert wird und somit persistiert. Im vorhergehenden Punkt angesprochen wurde bereits die historisch verwurzelte vergleichende identitäre Dimension mit Deutschen im Rahmen des Stereotypenkomplexes „Schmä“. Hier verbindet sich die *rein identitäre* Zuschreibung, dass die Deutschen keinen „Schmä haben“ *mit der sprachlichen*, denn die „Nutzung einer bestimmten Ausdrucksform oder Terminologie markiert in der Regel die genuine Mitgliedschaft hinsichtlich der Ingroup, während ein Versäumnis des Gebrauchs gewisser Sprachformen oder Begrifflichkeiten Outsider-Status anzeigt.“ (Naglo 2007: 41) Hier findet sich also der Grund, aus dem heraus die Notwendigkeit der Deutschen als Projektionsfläche für den Schmä in Interaktionsprozessen erklärt werden kann: Eine gemeinsame Sprache ist notwendig, um Konzepte, wie den Schmä im Interaktionsprozess zu aktivieren. Der Dialekt stellt somit ein regionales Unikum dar, der das nötige Inventar im Sinne eines spezifischen sprachlichen Duktus im Rahmen des stereotypen Schmähführens bereitstellt. Diese Tatsache wird auch in den zahlreichen Gesprächen und Interviews als essentiell für den Schmä verstanden, der ohne die richtige Sprache, Ausdrucksweise, Gestik, Tonalität und Mimik nicht

funktionieren würde. Selbiges gilt sowohl für Interaktionsprozesse aber auch für die mediale Repräsentation des Schmähs bzw. der Schmähssemantik, wie beispielsweise Wienerliedsängerin Constanze kurz und knapp formuliert: „Ein Wienerlied dann auf hochdeutsch? Das funktioniert dann nicht, das ist dann nicht authentisch, das ist dann *NICHT* ‚DAS‘.“ (persönliches Interview: Constanze, Wien, 07.05.2024)

Stereotyp geprägte Kommunikationsmodi dienen jedoch nicht nur der Identitätsbehauptung im Zuge von Interaktionsprozessen zwischen In- und Outgroupmitgliedern, sondern auch stellen auch den „sozialen Kitt“ *innerhalb* regionaler Gruppen dar, welche im Alltag miteinander interagieren, womit sich u.a. der nächste Punkt widmet.

5.1.3. Der Schmä, seine Sprache und seine Reproduktion im Rahmen von Interaktionsprozessen

Dass der Schmä auf das Wienerische angewiesen ist, ist mittlerweile klar, genauso, wie dass der stereotype Schmä Interaktionsprozesse durch seine nuancierte Anwendung prägen kann, wie die Teilkategorien im Ergebniskapitel gezeigt haben und somit ganz allgemein der Stereotypentheorie entsprechen im Sinne einer „selbsterfüllenden Prophezeiung“. Besonders die Ergebnisse in Kapitel 4.1.1.1.1 und seinen Teilkategorien zeigen die Tendenz, dass dem Schmä die Qualität der selbsterfüllenden Prophezeiung innewohnt, wenn man die Interviewsequenzen heranzieht. Einerseits wird hier oft davon gesprochen, dass es gerade mit Nicht-Wiener*innen geführt werden würde – und hier dann auch betont im Wiener Dialekt, was wiederum die Bedeutung des Wienerischen und dem ihm inhärenten Duktus als Grundlage für den Stereotypenkomplex Schmä selbst aufzeigt. Hier zeigt sich, dass besonders im Rahmen des „direkten sozialen Wettbewerbs“ die Deutschen in der Regel als Hauptvergleichspartner herangezogen werden und ihnen regelmäßig attestiert wird, dass diese „keinen Schmä“ besitzen und daher im Rahmen von Interaktionsprozessen oft die Rolle des „Opfers“ im Verlauf des Schmähführens zuteilwird. Hier spielt aber, wenn man die ganzen, bereits erwähnten Vergleiche mit den Deutschen beachtet, jedoch auch die identitäre und weniger die kommunikative Komponente (sprich im Rahmen von Interaktionsprozessen) eine wesentlichere Rolle. Gleichzeitig kann man aus den Ergebnissen aber auch ablesen, dass der Schmä hier in seiner Bedeutung als „verbindendes Element“ meiner Gesprächspartner*innen verstanden wird. Da er oft als genuin Wiener Unikum verstanden wird, werden Wiener*innen somit durch die Autostereotypisierung zu einer „Gemeinschaft“ zusammengefasst, welche sich durch Schmä im Vergleich zu den Deutschen auszeichnet. Dies lässt sich beispielhaft besonders plakativ anhand der Aussagen „[...] viele der Bundesländer haben keine gute Meinung von uns, aber gegen die Deutschen sind wir immer noch ein Team.“ (persönliches Interview: Simon, Wien, 11.10.2024) respektive „GEGEN die Deutschen bin eher dazu geneigt, weniger Schmä zu führen, für mich is das eher Identifikationsgeschichte, mit den Unsrigen [Denkpause] da führ ich erm wesentlich lieber.“ (persönliches Interview: Anton, Wien 15.10.2024) zeigen.

Es ist also besonders die (Veränderung der) Vergleichsgruppe (4.1.1.1.3) in direkten Interaktionsprozessen, die wichtiger ist für die Aktivierung und Qualität des Schmähführens, als ein „direkter sozialer Wettbewerb“ (4.1.1.1.1.1.), welcher eher im Rahmen regionaler Identitätshaushalte respektive Identitätskonstruktionen Platz finden. Somit passiert es weniger in Interaktionsprozessen; hier sind eher die Kategorien „soziale Kreativität“ und „Veränderung der Vergleichsgruppe“ prävalent. Dadurch kann dieser Differenzierungsprozess „only [...]

against the background of relations between social groups and the social comparisons they make in the context of these relations" (Tajfel 2001: 141) verstanden werden. Dies lässt sich auch aus theoretischer Sicht leicht erklären, wenn man bedenkt, dass als relevante Fremdgruppen „Gruppen in Frage [kommen], die auf einer oder mehreren Vergleichsdimensionen den eigenen Gruppe“ (Geschke/Frindte 2016: 326) ähneln – hier eben besonders die Deutschen durch (teils gemeinsame) Geschichte, aber allem voran geteilter Sprache, also einer Outgroup, „[welche] [...] vergleichbar mit der eigenen Gruppe wahrgenommen werden [kann].“ (Schönwald 2012: 47) Dieser Qualitätsunterschied im Sinne einer limitischen Struktur spiegelt sich auch bei meinen Gesprächspartner*innen, welche das Schmähführen im eigenen sozialen und beruflichen Umfeld wesentlich nuancierter verwenden, als im Vergleichsprozess mit/zu den Deutschen. Dies lässt anhand der Aussagen zum (angenommenen) sozioökonomische Status des Gegenübers bezeugen (vgl. 4.1.1.1.3), welche den Umfang des Schmähführens davon abhängig machen und ganz allgemein lieber mit „den Hacklern“ statt den „G'spritztn“ schmähführen zu können respektive der Schmä mit Ersteren unbefangener und natürlicher „rennt“ – etwas, das sich auch in den Interviews niedergeschlagen hat, denn die Deutschen werden wesentlich homogener gesehen, als die eigene Gruppe im Sinne „starker Charaktere“. Es gab in den Interviews immer nur „die Deutschen“; die Wiener wurden aber wesentlich differenzierter gesehen – auch wenn der geführte Schmä je nach Wiener Interaktionspartner variieren kann. Hier lässt sich, Tajfel folgend, eine der grundlegenden Funktionen des Stereotypisierungsprozesses beobachten. Bezüglich der Differenzierung zu anderen (Nicht-Wiener-)Outgroups wird Wiener*innen tendenziell mittels Schmähführen (zwar unterschiedliche Levels) „Schmähvermögen“ per se / „einen gewissen Schmä habend“ eingeräumt, jedoch wird den Deutschen dieses Vermögen tendenziell abgesprochen.⁹ Hier ist also impliziert, dass das Sprachverständnis/Dialekt untereinander eher zweitrangig ist und andere Dinge, wie angenommene sozioökonomische Status des Gegenübers das Ausmaß des Schmähführens zwischen einzelnen **INGROUP**mitgliedern bestimmt.

Ein Erklärungsansatz für den Identitätsaspekt gegenüber den Deutschen und dem Kommunikationsaspekt gegenüber/unter Wiener*innen könnte man mit Schönwald erklären, welcher schreibt, dass „Dialekt [...] als Zeichen für Gemeinsamkeiten und Ähnlichkeit der *Mentalitäten* gedeutet“ (Schönwald 2012: 147) werden kann, was ein Schmähführen unter den Wiener*innen erleichtert, da bereits durch das Wienerische im Rahmen von Interaktionsprozessen a priori ein gewisses gemeinsames grundlegendes „Schmäverständnis“ respektive die Fähigkeit „Schmä zu führen“ angenommen wird. Etwas, das diese Annahme durchaus unterstützt wäre mit Kühne/Spellerberg zu argumentieren, wenn man den Schmä an den Dialekt gebunden betrachtet und bedenkt, dass „Im Gegensatz zur Hochsprache [...] Dialekt im lokalen Umfeld bei Alltagssituationen [...] gebraucht [wird].“ (Kühne/Spellerberg 2010: 144) Daneben betont auch Sabine Müller die identitäre Komponente in Abgrenzung zu Outgroups wie den Deutschen, denn ein wesentliches Kennzeichen des Wiener Schmäh sei, dass dieser „[...] in Szene gesetzt und demonstriert [wird und] hiermit immer auch die Zugehörigkeit zu einem Kollektiv“ (Müller 2016: 239) impliziert. Hier spricht auch Krappmann von ähnlichem in Bezug auf das „in Szene setzen“ – er nennt dies „eine möglichst umfassende Selbstdarstellung im Auftreten des Individuums“ (Krappmann 2000: 170), welches besonders durch „Ironie, Witz, Humor“, also Eigenheiten,

⁹ Hier geradezu exemplarisch Erichs Aussage, welche bereits in Kapitel 4 aufgegriffen wurde: „[...] aber da muss ma a sagen: die Deitschn probieren's a oft [das Schmähführen], ja, aber könnens ned.“ persönliches Interview: Erich, Wien 30.08.2022)

welche auch dem Schmäh regelmäßig nachgesagt werden, erfolgt. Dass im persönlichen sozialen Umfeld des*der Wiener*in die Aktivierung des Schmähführens nicht nur vom einem beispielsweise (angenommenen) sozioökonomischen Status des Gegenübers abhängt respektive ebenfalls eine individuelle limitische Struktur für jede*n Einzelne*n bildet (und nicht nur Identitätsfunktion inne hat), erkennt man, wenn man es vom Betrachtungswinkel der Sozialen Kreativität im Rahmen der TSI versucht zu sehen. Hier ist die „aushandelnde (also nicht identitäre) Variante“ und vor allem die Betrachtung aus „kulturtheoretischem Blickwinkel“ im Sinne des Ziels in den Interaktionsprozessen interessant; also der Fokus „auf Handlungsanschlüsse zwischen Personen, die sich voneinander unterscheiden.“ (Müller 2016: 243) Der Schmäh wird im gesammelten Datenmaterial *auch* als ein Stereotyp verstanden, der in Interaktionen zur Grenzziehung zwischen nahen/nicht nahe stehenden Personen verwendet wird. Diese Art des Schmähführens ist „[...] nicht auf Interaktionen zwischen Personen beschränkt, die sich kennen. Als provokanter, informeller und witziger Schlagabtausch ist es dadurch gekennzeichnet, dass es aus Angriff und Gegenangriff besteht [...], sprachliche Kampfkraft sowie die Fähigkeit verlangt, spontan witzig zu formulieren [...].“ (Müller 2016: 242) Hier sind vor allem die Umdeutung von Wortbedeutung und das „Sagbare“ per se essentiell, das die Grenze zwischen engem Umfeld und den Fremden zieht. *(Muster-)Beispielhaft* für die soziale Kreativität im Rahmen des Schmähführens möchte ich hier die Sequenz aus Manuels Interview anführen:

„Was ich auch super find bei uns sind die Sprüche. ‚Woa die Vadda Glosara?‘ [betont im Wiener Dialekt – eine Frage an eine Person, welche einer Anderen die Sicht auf etwas versperrt]. Oder wenn du sagst ‚Host an Pealvuahong daham?‘ [betont im Wiener Dialekt – spielt drauf an, wenn jemand in der Wohnung vergisst, Türen zu schließen]; also es gibt so viele Wiener Schmäh und Zitate und Sprüche, wost sagst, die sind lustig und gleichzeitig beleidigend.“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024)

In der anschließenden Sequenz berichtet Manuel dann, dass hier die limitsche Qualität des Schmäh zentral ist, um zwischen guten Freunden und Fremden zu unterscheiden:

„Dass man da halt wissen muss, wann darf ich das anbringen, wann nicht. Also ich würd nie eine fremde Person fragen ‚Woa die Vadda Glosara?‘. Das würd ich nie tun, aber ich find, dass schon auch was Cooles ist, weil man sich dann sehr offen gibt, wenn man sich dann kennt.“ (Persönliches Interview: ebd.)

Was gerade an dieser Aussage auch noch geradezu beispielhaft aufgezeigt werden kann, ist die Verschmelzung des Schmäh („Woa die Vadda Glosara?“) mit dem Wiener Dialekt, welches gerade in der Interviewsequenz heraussticht, da Manuel nur den Schmäh selbst in Dialekt gesagt hat.

Warum das Schmähführen, wie es hier verstanden wird, also persistiert ist einerseits sicher der Tatsache geschuldet, dass es als genuin Wiener stereotype Eigenschaft verstanden wird, welche direkt an den lokalen Dialekt gebunden ist. Und um nochmal Schönwalds Zitat aufzugreifen: „Dialekt wird als Zeichen für Gemeinsamkeiten und Ähnlichkeit der Mentalitäten gedeutet.“ (Schönwald 2012: 147) Die Implikation dieses Statements lässt also den Schluss zu, dass der Schmäh im Sinne einer geteilten lokal geprägten Mentalität, die wiederum an lokale Sprache gebunden ist, einen Stereotyp darstellt, der Wiener*innen in ihrem Identitätsverständnis verbindet und aus dem heraus seine Daseinsberechtigung respektive Persistenz heraus (teil-)erklärt werden kann.

5.2. Wien und seine „Lieux de Mémoire“: Quellen des Stereotypenhaushalts

5.2.1. Der Würstelstand: Ein Gesamtpaket an Stereotypen

Aus dem von mir erhobenen Datenmaterial konnte ich also, wie bereits in der Datenpräsentation ersichtlich, mehrere für mich wesentlich erscheinende, induktive Subkategorien bilden, die, jede für sich, einen Teil des „Stereotypisierungsprozesses Würstelstand“ erklären kann. Hierzu ist die bereits vorgestellte Indikatorrelation essentiell, da sich diese die Bedeutung von einem Ding/Gegenstand/Ort konzentriert, die ihnen (regional) kulturspezifisch anhaftet, also was sie in ihrem Wesen von „Anzeichen“ zu „Zeichen“ unterscheidet, da „Zeichen“ im engeren Sinn [...] dagegen nur im Bereich einer historisch und kulturell bestimmten Bezugsebene“ (Hahn 2017: 115) gelten.

Eine erste Dimension des Stereotypisierungsprozesses, die ihren Ausdruck in der ersten Teilkategorie gefunden hat, stellen „Starke Charaktere“ dar, die von meinen Gesprächspartner*innen als Teilbedingung für eine stereotype Auffassung des Würstelstands stehen. Als wesentlicher Indikator hierfür können unterschiedliche Gesprächssequenzen, die bereits in Teilkategorie 4.2.1.2 angeführt wurden, herangezogen werden. Dass also das Vorhandensein respektive die Absenz von als „typische Wiener*innen“ empfundenen Personen eine Teilbedingung für eine stereotype Wahrnehmung eines Ortes sein kann, wird hier evident. Dem gegenüber stehen auch konkrete Aussagen, die die „Stereotypität“ eines Würstelstandes absprechen, sofern dieser beispielsweise „Im ersten Bezirk“ ist oder an sonstigen, stark touristisch frequentierten, Orten ist. Der Bitzinger bei der Albertina beispielsweise wird oft als „Touristenstand“ erwähnt und nicht als typisch wienerisch empfunden, an welchem eben Starke Charaktere eher nicht anzutreffen sind. Hier kommt es also auf den räumlichen Kontext an, in welchem individuell-stereotype Bedeutung eines Ortes für meine Gesprächspartner entsteht. Etwas, was auch Hahn ähnlich postuliert: „Objekte können in bestimmten Situationen [...] bedeutungsvoll sein; in anderen Kontexten bleiben sie jedoch ohne Bedeutung. [...] Die Dinge befinden sich mal oberhalb, mal unterhalb der ‚semiotischen Schwelle‘“. (Hahn 2014 115f) Auch wurde ein „bestimmter Typ“ von Wiener (explizit Männlich) immer wieder als Starker Charakter bei den stereotypen Würstelständen beschrieben (zusammenfassend aus den Gesprächen): Alkoholiker respektive einen Hang zum regelmäßigen Alkoholkonsum, der allgemein an den „Mundl“ erinnert; als leicht grantig, am motschgern, mit einem Schmäh und quasi selbst schon ein wenig „zum Interieur gehörend“ definiert wird. Evident ist hier also, dass beispielsweise „besondere Medienbilder“ (Lobinger 2019: 119), wie der Mundl etwa, etwas leisten können, „was Bilder an sich nicht können: Es stellt *allgemeine* Konzepte anschaulich dar.“ (Lobinger 2019: ebd.) Die bereits in Kapitel 2.4.2 erwähnte (mediale) „Strahlkraft“ einzelner Individuen ist für diese Teilbedingung im Stereotypisierungsprozess eines Ortes (ad hoc: Der Würstelstand) also nicht unwesentlich. Diese identitätsstiftende/stereotypstiftende Rolle und Symbolik sind somit nicht dem „Gebäude“ selbst inhärent, sondern wird erst unter anderem mittels Starker Charaktere zum stereotypen Ort.

In direktem Zusammenhang zum gerade besprochenen steht auch die Sprache respektive der Umgang/die wechselseitige Interaktion, welche zwischen einzelnen (Starken) Charakteren am Würstelstand als für diesen stereotypenkonstituierend wahrgenommen wird. Bereits 2003 hat Cornelia Ehmayer in ihrer Forschung gezeigt, dass gerade in Wien die Sprache sehr oft „[...] mit typischen Wiener Figuren bzw. Klischees verbunden

gesehen [wird], wie dem Mundl oder den Fiakerfahrern“ (Ehmayer 2003: 21). Hieran wiederum knüpfen vorhergehend präsentierte Ergebnisse an, nämlich insbesondere die Tatsache, dass der Schmäh (hier als Kommunikationsmodus und nicht als Identitätsaspekt!) und somit auch das Wienerische, welches an den Würstelständen anzutreffen ist, wesentlicher Bestandteil des Stereotypenaspekts ausmacht. Dass aber auch das bereits in den Ergebnissen erwähnte „Motschgern“ (respektive „Grantln“), als negativer Gegenpart zum Schmähführen (vgl. Ehmayer 2003: 21), was aber ebenfalls als verbindendes Element im Sinne eines „beim Gegenüber ausheulen“ respektive „gemeinsames Jammern auf ‚hohem‘ Niveau“ verstanden wird und somit als stereotyp verstandene Interaktionsprozesse begleiten kann. Aus dem Blickwinkel der Indikatorrelation betrachtet – also Dinge nicht nur als Zeichen ihrer Funktion zu verstehen, sondern auch den dahinterliegenden Sinn miteinzubeziehen – kann man für die Wiener Bevölkerung den zusätzlichen Sinn des Würstelstandes darin erkennen, dass er als mehr verstanden wird, als nur als Nahversorger: Nämlich als „Outdoobar“ (Persönliches Interview: Manuel, Wien, 13.08.2024) respektive als Ort, wo man eventuell den ein oder anderen „Leidensgenossen trifft“ (Persönliches Interview: Martin, Wien, 29.08.2024) und zusammen über Nebensächliches und nicht so Nebensächliches schmähzuführen oder auch motschgern zu können. Somit ist die „Vorstellung vom Würstelstand als Ort der Kommunikation [, der] [...] seine eigentliche Funktion als Nahversorger [verdeckt]“ (Schuberth 2012) ein weiterer Kernaspekt seiner Stereotypisierung. Dass im Rahmen der Sprache aber nicht nur Interaktionsprozesse Stereotypisierungsprozesse sein können, sondern isolierte Begrifflichkeiten ebenfalls stereotypisiert werden können (Stichwort „Eitrige“/„Mottenkugeln“/„16er Blech“), scheint für die Menschen ebenfalls zum Stereotypen Würstelstand beizutragen. Denn wie bereits dargelegt (vgl. Franke/Ratter 2017: 17) und ich mittels kleinem „Gedankenexperiment“ am Ende von Kapitel 4.2.1.3 gezeigt habe, sind stereotype Begriffe und damit verbundene Speisen hier einen unterstützenden Teil des „Stereotypenkomplexes Würstelstand“.

Dass die Bedeutung eines „Alltagsgegenstandes“ wie dem Würstelstand im Laufe der Zeit eine grundlegende Veränderung erfahren kann, konnte hoffentlich gut genug im Rahmen der Auswertung gezeigt werden, was der Indikatorrelation des Würstelstandes eine historische Komponente beimengt. Denn gerade in der heutigen Zeit „gewinnen [...] ‚symbolträchtige Alltäglichkeiten‘ wie Supermarktschriftzüge, Speisen, Sprache [...] an Bedeutung.“ (Schönwald 2012: 156) Wie die Daten zeigen, trugen hier u.a. nachkriegszeitliche sozioökonomische Veränderungen dazu bei, dass die Rolle des Würstelstandes vom reinen Nahversorger „in einem bestimmten soziohistorischen Zusammenhang eine traditions- und identitätsstiftende Rolle [zu] spielen“ (Siebeck 2017: 3) begann. Abuzahra betont die identitätsstiftende Bedeutung lokaler alltagskultureller Elemente (wie der Würstelstand) (vgl. Abuzahra 2012: 52) und auch der sich schwankende Bedeutungsgehalts kann in „anderen Kontexten oder zu anderen Zeiten in der gleichen Form als Bedeutungsträger erscheinen.“ (Hahn 2014: 116) Hahn sieht in der verstärkten Benutzung eines Gegenstandes als Identitätsaspekt (da mittlerweile auch als UNESCO Kulturerbe ausgezeichnet) wesentlich für eine „Ikonisierung“ (und im konkreten Fall auch Stereotypenwerdung), denn „Gerade bei im Alltag in hoher Frequenz genutzten Dingen ist es sehr wahrscheinlich, dass sie zugleich als Icon, Metonym und Metapher und auch als Werkzeug dienen.“ (Hahn 2017: 117)

Somit lässt sich hier schlussfolgernd sagen, dass die Würstelstände zuerst aus reinem Pragmatismus heraus während der Industrialisierung entstanden; ihnen kam (damals noch fahrbaren/nicht stationären) die ursprüngliche Rolle eines Nahversorgers mit schnellem, warmem und billigem Essen für die Arbeiterschaft an neuralgischen Knotenpunkten wie Kreuzungen und Werks- und Fabriksnähe zu. In Folge unterschiedlicher geschichtlicher, sozialer und sozioökonomischer (Teil)Prozesse kam es schließlich dazu, dass der Würstelstand zu einer Ikone und zu einem stereotypen Ort wurde. Und die Menschen begannen somit, um Georg Seberg zu paraphrasieren, die Essenz des Wienerischen am/durch den Würstelstand zu spüren (ORF 2019: 15:45-15:47).

5.2.2. Geschichte, G'schichtln und die Institutionen: Persistenz des stereotypen Todes und des Morbiden in Wien

Dass Geschichte als verbindendes Element und historische Quelle für eine gemeinsame Erinnerungskultur konstituierenden Einfluss auf regionale Stereotypen- und Identitätshaushalte hat, ist in den Identitäts- und Stereotypentheorien evident (vgl. u.a. Schönwald 2012: 166f). Denn „Erinnerungen sind ein wesentlicher Bestandteil individueller und kollektiver Identität. Sie sind die Grundlage der Selbstvergewisserung und bieten Fixpunkte der Orientierung sowohl im persönlichen als auch im gesellschaftlichen Bereich.“ (Flender 1994: 142) Das Bestattungsmuseum kann, gerade aufgrund der Tatsache, exklusiv **Wiener** Geschichte zu zeigen, als Emanation des kollektiven Stereotyps gesehen werden. Es bedient sich im Rahmen seiner Ausstellung wichtiger mnemotopische Strukturen, die um das Sterben und den Tod in Wien handeln und somit einen Teil der Tradierung und Beibehaltung des Stereotyps verantwortlich gezeichnet werden kann. Es sind hier, mit Wolfgang Bergem erklärt, „[Erzählungen] nicht nur zentraler Modus der Erschließung von Wirklichkeit, sie prägen auch personale wie kollektive Identitäten.“ (Bergem (2014: 33f.) Dass somit Erzählungen, die sich im Dunstkreis des Stereotypen „Tod und Wien“ drehen, essentiell für die Tradierung/Persistenz sein können, ließ sich im Rahmen der Interviews – aber auch im Rahmen der ORF Doku „Einmal kurz gelacht - Der Wiener Schmäh und der Tod“ – mehr als eindeutig feststellen, **dass gerade der „Liebe Augustin“ ein derart wirkmächtiges Narrativ ist**, welches von vielen Wiener*innen der stereotypen Hang zum Tod/Makabren legitimiert respektive teilerklärt werden kann – hier ist also ein Starker Charakter zentral. Mit ihm Hand in Hand gehend sind hier vor allem aber auch Stereotyp gewordene Begriffe, wie „die schöne Leich“ (auch ein Begriff, der im Bestattungsmuseum ein Schlüsselbegriff ist) mittlerweile mit Wien stark konnotierte Begriffe (quasi analog zum Würstelstandvokabular). Beispielsweise lässt sich anhand der Tatsache, dass ich Simon im Rahmen des Interviews die Augustingeschichte erklären musste, er aber davor bereits in seinem Autostereotypenhaushalt den Wiener*innen eine gewisse Neigung zum Tod und dem Makabren attestierte, die narrative Wirkmächtigkeit solcher Erzählungen und Mythen aufzeigen. Auch Franke und Ratter unterstreichen die Bedeutung von regional geprägten Geschichten und Sagen, welche uns schon seit frühester Kindheit im Rahmen der Sozialwerdung erzählt werden und somit wichtige Rädchen in der „Stereotypenmaschinerie“ sind, denn sie „fördern die Identifikation mit der Region. Oftmals kennt man sie seit der Kindheit.“ (Franke/Ratter 2017: 17) Mit dem Augustin verbundene Geschichten und Sagen sind somit auch die große Pestepidemie aus Augustins Lebzeiten (aber auch andere Pestepidemien) als konkrete historische Begebenheiten für die stereotype Auffassung des „Wiener“ Todes zentrale Erzählungen, die den Autostereotypenhaushalt meiner Gesprächspartner*innen prägen. Dass der Liebe Augustin, trotz der Tatsache, dass seine Existenz nicht als

gesichert gilt, zu einem Starken Charakter avancierte und somit zum „Urvater der Wiener Mentalität“ (Neuwirth 1996: 22) wurde, zeigt geradezu musterbeispielhaft auf, wie Geschichte und starke Charaktere über die Zeit zu Stereotypen mutieren und „Wiener Lebensart als Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Stadtkulturen konstituieren“ (Kos 2013: 16), denn diese „Typenschaffung“ gelang nicht ohne „Schematisierung, Romantisierung, Exotisierung und Verharmlosung“ (Kos 2013: ebd.). Dass somit durch gemeinsame – imaginierte, oder reale – Schicksalserfahrungen, welche durch Geschichte stereotypiert werden können, ermöglicht, dass regionale Stereotypen- und Identitätshaushalte zu einem grundlegenden kulturellen Erkennungscode avancieren können (Buss 2002: 28). Zur Bedeutung des starken Charakters des Augustins für die Reproduktion des Todesstereotypes beschreibt auch Neuwirth seine Bedeutung für das Wienerlied: „Der seither unserer Volksmusik immer ein wenig anhaftender Leichengeruch ist jedenfalls auf die nachhaltige Wirkung Augustins zurückzuführen.“ (Neuwirth 1999: 24) Insofern lässt sich hier die Macht der Verklärung und Romantisierung für ein regionales, stereotypenkonstituierendes Narrativ aufzeigen, denn „Historiker meinen aber mehrheitlich dass der liebe Augustin keine historische Person gewesen sei.“ (Kunz 2009: 19) Diese Tatsache ist aber in Anbetracht der regional-gesellschaftlichen Funktion in Form eines verbindenden Narratives aber sekundär. Dass darüber hinaus auch ganz allgemein stereotype Ausdrucksweisen essentiell für eine historisch-regionale Rückbesinnung sein können, erklärt auch Josef anhand eines anderen Beispiels: „[...] typischer Wiener Schmäh wie der Häupl mit „Man bringe den Spritzwein“. Des is **ned in sich** lustig, [...] owa so im Dialekt, und mit „Man bringe mir DEN“ auf KuK-Zeit; [...] do entsteht dann auch natürlich ein Bild vor den Augen, das dich auch a bissl wohin versetzt [...]“ (persönliches Interview: Josef, Wien, 30.11.2023) Hier ist auch ein wesentlicher Mechanismus auszumachen, denn die „Gesellschaft lebt die Geschichte in ‘Geschichtsbildern’, und wenn wir sie zusammenstellen, dann sprechen wir gerne von ‘Geschichtsbewusstsein’. Solche ‘Geschichtsbilder’, gemalt oder imaginiert, werden häufig zu Stereotypen.“ (Hahn 2017: 150) Dass dem Bestattungsmuseum hierbei in der Reproduktion des Stereotyps eine Schlüsselrolle zukommt, scheint durch dieses Zitat evident. Die Institution perpetuiert also somit etwas, das Schorske in seinem Werk als „sowohl für die Selbst- als auch für die Fremdbeschreibungen Wiens in den letzten Jahrhunderten charakteristisch war und ist, dass Wien als fremd, exotisch, anders wahrgenommen wird“ (Ehalt 2016: 199) beschreibt. Der Tod wird also als zusätzliche, identitär-stereotype Komponente wahrgenommen, um ein Alleinstellungsmerkmal zu erzeugen: „In der Regel ist das Ziel einer narrativen Identitätskonstruktion die Festlegung der Grenzen eines zu identifizierenden Kollektivs.“ (Mohr/Thielicke 2020: 262) Das Bestattungsmuseum kann somit, durch aufgreifen regionaler Narrative regionale Identität prägen – etwas, das Buss folgendermaßen beschreibt: „Wird regionale Identität als kultureller Erkennungscode wirksam, ist sie mit dem Gedächtnis der Öffentlichkeit verzahnt, in ihr gleichsam lokalisiert und auf die öffentliche Erinnerungskultur bezogen.“ (Buss 2002: 28) Auch Abuzahra versteht neben einem kollektiven Geschichtsbewusstsein (dessen Ausdruck das Bestattungsmuseum *auch* ist) auch die Tradierung von Heldengeschichten (Lieber Augustin) als kernbildende Elemente einer regionalen Identität (Abuzahra 2012: 52). Aus der Historizität des Stereotyps lässt sich somit auch ein gewisser Legitimationsanspruch ableiten: „Die eigene Vergangenheit dient dabei immer auch zur Rechtfertigung der Gegenwart.“ (Flender 1994: 109) Hier zeigt sich auch der Wahrheitsgehalt des theoretischen Postulats Hahns wieder, der Geschichtsbildern, wie die eben beschriebenen, aus mannigfaltigen Gründen eine enge Verwandtschaft zu Stereotypen bescheinigt. Unter anderem, weil diese „gerne mit Personifizierungen und

starken Identifikationen“ (Hahn 2017: 151) arbeiten und die Verklärung und Romantisierung vergangener Epochen (Stichwort „Die Stadt die niemals war“) wohl fundamentale, emotionale Vehikel darstellen, die diesem Prozess zugrunde liegen. Es kam zur Bildung „Starker Charaktere“ und der Tradierung von konkreten Stereotypen, die als repräsentativ für Wien empfunden wurden.

6. FAZIT

6.1. Ergebnisse: Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass das Ziel der vorliegenden Masterarbeit, wie Stereotype einer Region im Rahmen ihres Identitäts- und Stereotypenangebotes...

- ... persistieren/reproduziert (anhand des Bestattungsmuseum und dem Tod, die identitätsbezogene Komponente des Schmähs) werden,
- ... entstehen (anhand des Beispiels Würstelstand) können,
- ... wie Interaktionsprozesse durch Stereotype (mittels Schmäh) geformt werden können und Stereotype somit durch Interaktionsprozesse reproduziert werden können respektive diese begrenzen,

versucht hat, erfolgreich zu beantworten und dies auch, aufgrund des vorgegebenen Umfangs, ausreichend gelungen ist.

Hier lassen sich insgesamt die Ergebnisse aller drei Teilbereiche auf jeden Fall so zusammenfassen, dass diese, wie sich auch in Hafez „sozialkonstruktivistischem (3.) Weg“ wiederfindend, eine gewisse subjektive Wahrheit zugesprochen wird, was den Stereotypen erst ihre Wirkmächtigkeit verleiht, welche sich beispielsweise beim Thema Schmäh als identitätsstiftender, stereotyper Aspekt eine gewisse grundlegende Wahrheit eingeräumt wird. Eine Tendenz, den in dieser Arbeit beforschten Stereotypenkomplexen das inhärente „Körnchen Wahrheit“ zuzugestehen, wird, wenn man einen Querschnitt durch das Datenmaterial legt, dadurch gerechtfertigt, dass sowohl im Textmaterial, in den gesichteten Fernsehbeiträgen und den zahlreichen Gesprächen mannigfaltig davon die Rede ist, „dass wir Wiener*innen so und so“ sind, also manchmal ein wenig unreflektiert gewisse autostereotype Imaginationen als genuin und verallgemeinernd für alle Wiener*innen erwähnt werden (Ich möchte hier ganz plakativ beispielsweise auf Egghardt 2020 verweisen). Der Wahrheitsanspruch kann auch als „Motor“ für die Beständigkeit stereotyper Imaginationen verstanden werden, da dieser Wahrheitsanspruch bedingt, dass Stereotype Eingang in den Identitätshaushalt finden und sich in Statements meiner Gesprächspartner*innen und Texten wiederfinden, die Wiener*innen autostereotype Eigenschaften als Identitätsaspekte zuerkennen. Auch anhand der Tatsache, dass der Schmäh von Wiener*innen beispielsweise nicht nur im Interaktionsprozess selbst, sondern bereits davor als limitische Struktur Wirkmacht entfaltet, lässt sich sehr gut die reale Auswirkung von Stereotypen auf ein soziales Umfeld demonstrieren. Daran anschließend lässt sich auch die sich gegenseitig beeinflussende Wechselwirkung zwischen dem Identitäts- und dem Stereotypenhaushalt zeigen, den Wien seinen Einwohner*innen „zu Verfügung“ stellt und gleichzeitig perpetuiert wird – beispielsweise eben durch die Anwendung des Schmähs

im Rahmen von Interaktionsprozessen **und** als limitische Struktur oder durch das Bestattungsmuseum als Institution **und** *Emittent* bereits vorhandener stereotyper Imaginationen über Wien. An diesem Punkt lässt sich auch mit Schönwald argumentieren, denn „Gesellschaften benötigten Stereotype, um Gemeinschaft zu bilden“ (Schönwald 2012: 80) Diese Stereotype, die, wenn sie als Teil einer regionalen Identität verstanden werden (und somit einen Wahrheitsgehalt zugesprochen bekommen), können „den Einzelnen in seiner Einzigartigkeit nicht gegen andere ab[grenzen], sondern verbindet ihn gerade mit ihnen und bedeutet Zugehörigkeit, Gemeinsamkeit, Vertrautheit.“ (Buss 2002: 12) Eine weitere Verbindung zwischen regionaler Sprache und einem Stereotyp, der dazu führt, dass ein regionaler Stereotyp in den regionalen Identitätshaushalt regelrecht verankert wird, benennt Müller: „Der Umstand, dass das Schmä-Führen eng mit der Verwendung des Wiener Dialekts verwoben ist, hat zur Folge, dass es nicht nur eine personale, sondern zugleich eine kollektive Identität ist.“ (Müller 2016: 242) Anhand dieses Wirkmechanismus lässt sich also folgende These wagen, die durchaus durch grundlegende theoretische Aspekte (Stereotype benötigen Sprache) gedeckt wird und die wohl zentral für dieses Fazit ist: Solange es den Wiener Dialekt gibt, gibt es auch den Wiener Schmä.

Auch Georg Kreis' Ansatz hinsichtlich der Indikatorrelation wurde besonders in meinem Teilforschungsbereich zum Würstelstand Rechnung getragen, indem sein Vorschlag, um „Knotenpunkte als Teile eines „Ganzen“ begreifen, [...] [reicht] es nicht, sie **nur** zu inventarisieren. Es müsse auch gefragt werden, „wie die einzelnen, vielleicht auch unterschiedlich wichtigen Teile sich zueinander verhalten und wie das Erinnerungssystem als Ganzes funktioniert“.“ (Siebeck 2017: 10) Gerade dieser Betrachtungswinkel hat es mir ermöglicht, die Teilkomponenten des „Stereotypengeflechts Würstelstand“ herauszuarbeiten, in den theoretischen Kontext zu setzen und so einen erkenntnisorientierten Mehrwert zu garantieren. Ähnlich verfuhr ich auch im Rahmen des Bestattungsmuseums, was mir half, Wesentliches herauszukristallisieren: Einerseits, **wie Institutionen zu Emittenten/Reproduzenten** stereotyper Vorstellungen werden können und welche Rolle regionale Geschichte hier spielt respektive die Kuration (und die persönliche Sozialisation) in diesem Umfeld spielen kann.

6.2. Grenzen der Arbeit & Ausblick

Eine der wesentlichen Anknüpfungspunkte, die ich im Rahmen dieser Arbeit gerne für weitere Forschung sehen würde, wäre die Auseinandersetzung mit den Sozialen Medien und deren Einfluss auf regionale Identitäts- und Stereotypenhaushalte. Im Rahmen meiner Interviews thematisch öfter angeschnitten (vgl. hierzu persönliche Interviews mit Josef, Christopher und Manuel beispielsweise), jedoch aufgrund des begrenzten Umfanges der vorliegenden Arbeit wohl ein Thema für eine Folgearbeit, da soziale Medien regionale Stereotypen- und Identitätsaspekte definitiv nicht unberührt lassen und sehr gut an eine der wesentlichsten offenen Fragen der rezenten Stereotypenforschung andocken könnte, wie die, was den Wandel von Stereotypen befördert (Thiele 2015: 55). Daran anknüpfend ist eine weitere, zentrale, noch zu klärende Frage der Stereotypenforschung, ob eher „Informationen aus erster Hand/Kontakt zu Mitgliedern der Fremdgruppe eher einen Stereotypenwandel als medial vermittelte Informationen aus zweiter Hand“ (Thiele 2015: ebd.) bewirken; also wie stark der Einfluss herkömmlicher, (aber in Anbetracht der steigenden Bedeutung), **vor allem** Sozialer Medien ist. In Zusammenhang mit den sozialen Medien ist auch die einhergehende Globalisierung sicher interessant in Bezug auf regionale Stereotypenhaushalte, da die Globalisierung/„fortschreitende Europäisierung zu individuellen Verlusterfahrungen an Identität und damit zu Orientierungsdefiziten führen kann“ (Buss 2002: 7) und solche

Tendenzen durch „ein **re-embedding**, eine Rückverortung, zu kompensieren [...]“ (Kühne 2006: 112f.) versucht werden kann, also (gelebte/aktivierte) Stereotype als Symbol „eines Nicht-Austauschbaren“ (Buss 2002: 21) und direkter Ausdruck dieser Rückverortung sein können. Auch Tajfel schreibt davon, dass die „Schaffung einer eindeutige ‚Eigenart‘“ (Tajfel 1982: 63) als Antwort auf Vereinheitlichungsprozesse, die die Globalisierung im Schlepptau hat, gesehen werden kann. Schönwald beschreibt ähnliches hinsichtlich der Betonung regionaler Eigenart als Form der Antwort auf die Globalisierung und Werkzeug zur Rückbesinnung. Denn das „Auftrumpfen[s] lokaler, [...] Identitäten, sogenannter „introvertierte Nationalismen“, die sich gegen den ‚Einmarsch‘ der globalen Welt wehren, einigeln, abschirmen“ (Schönwald 2012: 58) seien die logische Konsequenz auf identitäre Verlusterfahrungen.

Interessant wäre auch jener Punkt, welchen ich unter dem Kapitel 2.1.1.1 angesprochen habe und Mut von der Forschung verlangt, eventuell einen „Wahren Kern“ gewisser Stereotypen anzuerkennen, welcher nicht nur „evidence of *perceptual* accuracy, including the “kernel-of-truth component of stereotypes” berücksichtigt (McCauley 2004: 30), sondern auch „[t]he tendency for stereotypes to possess a “kernel” (G. W. Allport, 1954) or “grain” (Campbell, 1967) of truth“ (McCauley 2004: 33), also eine gewisse Wahrheit von Stereotypen berücksichtigt. McCauley sieht in diesen „Wahrheiten“ sogar eine teilweise Existenzberechtigung für Anthropologen und Soziologen:

“[...] seems obvious when one starts from the anthropological position that groups, cultures, etc., do in fact differ, and asks then the questions as to how these differences will be treated in mutual imagery. Sociology also provides an expectation of a grain of truth in stereotypes, in descriptions of social class differences and the tendency for ethnic groups to become concentrated in one social class.”

(Campbell 1967 zitiert nach McCauley 2004: ebd.)

Hier möchte ich auch auf das konkrete Zitat in der Arbeit verweisen, welches von Sabine Müller stammt und sich auf den Stereotypen Schmäb bezieht und etwas sei, an dessen geschichtlicher aber auch zeitgenössischer **Realität** nicht gezweifelt werden solle (Müller 2012: 239).

Dass starke Charaktere ebenfalls eine nicht unwesentliche Rolle sowohl im regionalen und persönlichen Identitäts- und Stereotypenhaushalt, als auch im dazugehörigen Sozialisationsprozess spielen, wurde in dieser Arbeit im Rahmen der Interviews ebenfalls öfters angedeutet. Im Verlauf der Gespräche wurden die Wiener*innen im Wesentlichen auf zwei sozioökonomische Grundtypen heruntergebrochen: „Die G’spritzten“ stehen den „typischen Wiener Hacklern“, die für meine Gesprächspartnern*innen sehr oft durch den Mundl repräsentiert werden, gegenüber. Der ursprünglich angedachte Aspekt der Sozialisation, der es Umfangbedingt nicht mehr in die Arbeit geschafft hat, dürfte hier wesentliche Erkenntnisse liefern, da in Gesprächen oft die Rede davon war, dass man den ein oder anderen typisch wienerischen „Starken Charakter“ sowohl durch die Medien (Alltagsg’schichten beispielsweise), aber auch aus dem persönlichen/familiären Umfeld kennt (vgl. hierzu beispielsweise die Interviews mit Martin und Christopher). Diese „Grundtypen“ wurden zwar in verschiedener Intensität aufgegriffen und besprochen, aber gibt es doch gewisse gemeinsame Nenner, die in den Köpfen meiner Gesprächspartner*innen persistieren und sich auch in anderen wissenschaftlichen Auseinandersetzungen zu Wien finden (vgl. Ehmayer 2003).

7. LITERATURVERZEICHNIS

- Abuzahra, A. (2012): Kulturelle Identität in einer multikulturellen Gesellschaft. Passagen-Verlag.
- Ahrens, D. (2001): Grenzen der Enträumlichung. Leske & Budrich. Opladen.
- Allport, G. W. (1971): Die Natur des Vorurteils. Hrsg. und kommentiert von Carl Friedrich Graumann. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Anthroholc (2023): Stereotypes & Anthropological Viewpoint | Anthroholc, Anthroholc, [online]
<https://anthroholc.com/stereotypes> [aufgerufen am 22.07.2024]
- Antweiler, C. (2017): Verschieden in einer Welt: Vielfalt und Einiges in der globalen Gesellschaft. In: Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) Hrsg.: Kultur prägt. Region und Identität in Rheinland-Pfalz. Mainz: Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) e.V.: 19-20
- Assmann, Jan (2005): Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen. München: Verlag C.H.Beck.
- Balazs, A.B. & Griessler, C. (2020): The Visegrad Four and the Western Balkans: framing regional identities, Baden-Baden: Nomos.
- Berghold, J.; Menasse, E.; Ottomeyer, K. (2000): Trennlinien. Imaginationen des Fremden und Konstruktion des Eigenen. Drava-Verlag. Klagenfurt.
- Berg-Sørensen, A./Holtug, N./ Lippert-Rasmussen, K. (2010): Essentialism vs. Constructivism: Introduction, Distinktion: Journal of Social Theory, 11:1, 39-45,
- Bergem, W. (2014): Narrative Formen in Geschichtspolitik und Erinnerungskultur. In: Hofmann, W./Renner, J./Teich, K. (Hrsg.): Narrative Formen der Politik, Wiesbaden: Springer VS, S. 31-48.
- Bestattungsmuseum (2022): Willkommenstext im Eingangsbereich [Plakette].
- Breuer, L. M. (2015): Ganz Wien ist ein g'mischter Satz. Erforschung der syntaktischen Variation in Wien. Fallbeispiel „unbestimmter Artikel vor Massenomen“. In: Lenz, A. N. [u. a.] (Hrsg.): Dimensionen des Deutschen in Österreich. Variation und Varietäten im sozialen Kontext. Frankfurt am Main [u. a.]: P. Lang (Schriften zur deutschen Sprache in Österreich. 42). 189–216.
- Brown, R./ Zagefka, H., & (2005): Comparisons and Perceived Deprivation in Ethnic Minority Settings. Personality and Social Psychology Bulletin, 31(4), 467-482. <https://doi.org/10.1177/0146167204271711> [aufgerufen am 19.08.2024]

Buss, E. (2002): Regionale Identitätsbildung. Zwischen globaler Dynamik, fortschreitender Europäisierung und regionaler Gegenbewegung. Münster et al.: LIT.

Degner, J./ Meiser, T./ Rothermund, K. (2009): Kognitive und sozial-kognitive Determinanten: Stereotype und Vorurteile, In: Beelmann, A./Jonas, K. J. (Hrsg.): Diskriminierung und Toleranz, VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 75–93

Dovidio, J. F./Hewstone, M./Glick, P./Esses, V. M. (2010): Prejudice, Stereotyping and Discrimination: Theoretical and Empirical Overview. In: dies. (Hg.): The Sage Handbook of Prejudice, Stereotyping and Discrimination. Los Angeles: Sage, S. 3-28.

Dröge, F. W. (1967): Publizistik und Vorurteil. Munster: Regensburg (Dialog der Gesellschaft; 4).

Dudenredaktion (o. D.): Identitär, in: Duden, [Wörterbucheintrag]
<https://www.duden.de/node/288435/revision/1271705> [aufgerufen am 12.9.2023].

Dürschmidt, J. (2004): Globalisierung. Transcript Verlag. Bielefeld. 2004.

Egghardt, H. (2020): Wien und der Tod. Wien: WienTourismus.

Ehalt, H.C. (2016): 'SCHORSKES WIEN', in: Ehalt, H.C. et al. (Hrsg.), Habsburg neu denken, Wien: Böhlau Verlag GmbH & Cie, 197–206.

Ehmayer, Cornelia (2003): Das Wesen von Wien, [online]
https://stadtpsychologie.at/wpcontent/uploads/2014/08/ENDBERICHT-wesen-wien_neu.pdf [abgerufen am 10.6.2024].

Eickelpasch, R./Rademacher, C. (2010): Identität. Transcript Verlag. Bielefeld.

Filipp, S.-H./Mayer A.-K.(1999): Bilder des Alters. Altersstereotype und die Beziehung zwischen den Generationen. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.

Fischer, P./ Jander K./ Krueger J. I. (2018): Sozialpsychologie für Bachelor, Springer-Lehrbuch, Springer Science+Business Media

Flender, A. (1994): Vom Saargebiet zum Saarland: Zum Gebrauch kollektiver Erinnerungen in einer Grenzregion nach dem Ersten Weltkrieg. In: Briesen, D./Gans, R./Flender, A. (Hrsg.): Regionalbewußtsein in Montanregionen im 19. und 20. Jahrhundert. Saarland – Siegerland – Ruhrgebiet. Universitätsverlag Dr. N. Brockmeyer. S.107-143.

Flick, U./ Kardorff, E. von/ Steinke, I. (2010): Was ist qualitative Forschung? Einleitung und Überblick. In: Flick, U.; Kardorff, E. von; Steinke, I. (Hrsg.): *Qualitative Forschung*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 13-29.

Franke, N.M./ Ratter, B. (2017): Projektionen und Stereotype – Heimat und regionale Identität. In: Staatskanzlei Rheinland-Pfalz (Hrsg.): Kultur prägt - Region und Identität in Rheinland-Pfalz. Mainz: ZIRP. Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz, 2017. 16 - 18.

Friedrich Ebert Stiftung. (o. D.): Das Konzept. [online]

<https://erinnerungsorte.fes.de/konzept/#:~:text=Als%20Erinnerungsorte%20gelten%20sowohl%20Personen,sie%20Erinnerung%20bedingen%20und%20ausmachen> [abgerufen am 10.6.2024].

Fuchs-Heinritz, W. (2007): Lexikon zur Soziologie. 4., grundlegend überarbeitete Auflage. VS, Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.

Gergen, K. J. (1998): Erzählung, moralische Identität und historisches Bewußtsein. Eine sozialkonstruktionistische Darstellung. In: Straub, Jürgen (Hrsg.): *Erzählung, Identität und historisches Bewußtsein. Die psychologische Konstruktion von Zeit und Geschichte. Erinnerung, Geschichte, Identität 1*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 170–202.

Geschke, D./Frindte, W. (2016): Henri Tajfel (Hg.): Social Identity and Intergroup Relations, Cambridge University Press: Cambridge 1982, 546 S. In: Salzborn, S. (eds) Klassiker der Sozialwissenschaften. Springer VS, Wiesbaden.

Girtler, R. (2001) Methoden der Feldforschung. 4., völlig neu bearb. Aufl. Wien [u.a.]: Böhlau.

Girtler, R. (2003) Randkulturen : Theorie der Unanständigkeit. 3., unveränd. Aufl. Wien [u.a.]: Böhlau.

Hafez, K. (2002): Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Bd. 1: Theoretische Grundlagen. Baden-Baden: Nomos.

Hahn, H. H. (2017): Das Selbstbild und das Fremdbild – was verbindet sie? Überlegungen zur Identitätsfunktion von Stereotypen in der europäischen Geschichte, in: Anna Dąbowska/Walery Pissarek/Gerhard Stickel (Hg.), Stereotypes and linguistic prejudices in Europe. Contributions to the EFNIL [European Federation of National Institutions for Language] Conference 2016 in Warsaw, Budapest, 137–154.

Hahn, H. H./Hahn, E. (2002): Nationale Stereotypen. Plädoyer für eine historische Stereotypenforschung. In: Hahn, H. H. (Hrsg.): *Stereotyp. Identität und Geschichte*. Frankfurt am Main, S. 17–56.

Hahn, H.P. (2014) Materielle Kultur : eine Einführung. 2., überarb. Aufl. Berlin: Reimer.

Holzhausen J. (2018): Die Rolle von Stereotypen in regionalen und lokalen Geschichtsbildern, Stereotyp und Geschichte, [online] <http://www.stereotyp-und-geschichte.de/die-rolle-von-stereotypen-in-regionalen-und-lokalen-geschichtsbildern/> [abgerufen am 10.6.2024].

Hort, R.. (2007): Vorurteile und Stereotype. Saarbrücken: VDM

Hutchinson, J./ Smith A. D. (1996) Ethnicity. 1. publ. as an Oxford Univ. Press paperback. Oxford [u.a.]: Oxford Univ. Press.

Ipsen, D. (1994) : Regionale Identität , in: Lindner, R. (Hrsg.) Die Wiederkehr des Regionalen, Frankfurt am Main u. New York: Campus Verlag, 232-254.

Jonas, K./Schmid Mast, M. (2007): Stereotyp und Vorurteil, in: J. Straub/Weidemann, A./Weidemann D. (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Stuttgart: Melzer, 69-76.

Klein, S. (2007): Wien und der Tod: Irdische Orte zwischen Himmel & Hölle, Wien: Metro.

Kopp, J. / Steinbach, A. (2018): Grundbegriffe der Soziologie. 12. Aufl. 2018. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden Imprint: Springer VS.

Korff, G. (1997): Antisymbolik und Symbolanalytik in der Volkskunde. In: Brednich, R. W./Schmitt H. (Hrsg.): Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. 30. Deutscher Volkskundekongreß, Münster, New York, München, Berlin, S. 11-30.

Kos, W. (2013): Einleitung, in: Wolfgang Kos (Hrsg.), Wiener Typen. Klischees und Wirklichkeit Katalog zur 387. Sonderausstellung des Wien Museums, 1. Auflage, Wien: Brandstätter, 14 – 23.

Krappmann, L. (2000): Soziologische Dimensionen der Identität: Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen. Klett-Cotta.

Kühne, O. (2006): Landschaft in der Postmoderne. Deutscher Universitätsverlag. Wiesbaden.

Kühne, O. (2008): Neunkirchen. Eine Stadt zwischen Moderne und Postmoderne. Veröffentlichungen des Instituts für Landeskunde im Saarland. Band 46. Saarbrücken.

Kühne, O.; Spellerberg, A. (2010): Heimat in Zeiten erhöhter Flexibilitätsanforderungen. Empirische Studien im Saarland. VS Verlag. Wiesbaden.

Kunz, J. (2009): Der Tod muss ein Wiener sein. Wien: Amalthea.

Lamnek, S./Krell, C. (2010) Qualitative Sozialforschung : Lehrbuch. 5., überarb. Aufl. Weinheim [u.a.]: Beltz.

Lee, Y.-T./Jussim, L. J./McCauley, C. R. (Hg.) (1995): Stereotype Accuracy. Toward Appreciating Group Experiences. Washington: American Psychological Association.

Lobinger, K. (2009): Visuelle Stereotype. Resultate besonderer Bild-Text-Interaktionen. In: Petersen, T./Schwender, C. (Hg.): Visuelle Stereotype. Köln: Herbert von Halem, S. 109-122.

Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse : Grundlagen und Techniken (11., aktualisierte und überarb. Aufl.). Beltz.

- McNatt, D. B. (2000). Ancient Pygmalion joins contemporary management: A meta-analysis of the result. *Journal of Applied Psychology*, 85, 314-322.
- Mey, G./Mruck, K. (2019). Qualitative Interviews. In: Mey, G., Mruck, K. (eds) *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. Springer Reference Psychologie . Springer, Wiesbaden.
- Mohr, D./Thielicke V. (2020): Gibt es eine kulturelle Identität? In: Bizeul, Y./Rudolf, D. B. [Hrsg.): 1. Auflage. Baden-Baden: Nomos.
- Mühlmann, W. E. (1985): Ethnogenie und Ethnogenese. Theoretisch-ethnologische und ideokritische Studie, in: *Studien zur Ethnogenese*, Opladen: Westdeutscher Verlag, 9–27.
- Müller, S. (2012). Tractatus, „Schmäh“ und Sprachkritik: Überlegungen zu einer alternativen Genealogie der Wiener Modernen. In: A. F. Balogh/C. Leitgeb (Hrsg.): *Zwei- und Mehrsprachigkeit in Zentraleuropa. Zur Geschichte einer literarischen und kulturellen Chance*. Wien: Praesens 2012, S. 229-254.
- Müller, S. (2016) 'WIENER SCHMÄH'. In: in: Ehalt, H.C. et al. (Hrsg.), *Habsburg neu denken*. Wien: Bohlau Verlag GmbH & Cie, pp. 237–244.
- Naglo, Kristian (2007): *Rollen von Sprache in Identitätsbildungsprozessen multilingualer Gesellschaften in Europa*. Peter Lang. Frankfurt am Main.
- Nora, P. (Hrsg.) (1984): *Erinnerungsorte. Band 1: Die Republik*. Paris: Gallimard.
- Nora, P. (Hrsg.) (1986): *Erinnerungsorte. Band 2: Die Nation*. Paris: Gallimard.
- Nora, P. (Hrsg.) (1992): *Erinnerungsorte. Band 3: Die Franzosen*. Paris: Gallimard.
- Oakes, P. J./Haslam, S. A./Turner, J. C. (1994): *Stereotyping and social reality*. Oxford, UK [u.a.]: Blackwell.
- Olah, S. (2013): *Fünfundneunzig Wiener Würstelstände*. Salzburg: Pustet.
- Ossenberg, S. & Baur, R. S. (2016). Wie kommen wir an die Bilder in unseren Köpfen? Zur Methodologie einer interkulturell anwendbaren Stereotypenerhebung. *Linguistik Online*, 79(5).
<https://doi.org/10.13092/lo.79.3331> [aufgerufen am 24.09.2024]
- Ottermann, R. (2005): Review Essay: Qualitative Research on Prostitution in the Early '80s' Red-light Districts of Vienna. *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 6(2).
<https://doi.org/10.17169/fqs-6.2.488> [aufgerufen am 09.05.2023]
- Petersen, L.-E. (2020): Die Theorie der sozialen Identität. In: Petersen, L.-E. & Six, B. (Hrsg.), *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung* (2. Auflage) (S. 250-257). Weinheim: Beltz.
- Petersen, L.-E./Six-Materna, I. (2006): Stereotype. In: Frey, D./Bierhoff W. (Hrsg), *Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie* (S. 430-436). Göttingen: Hogrefe.

Pethes, N. (2015): 17. Mnemotop. In: Dünne, J./Mahler, A. ed. Handbuch Literatur & Raum. Berlin, München, Boston: De Gruyter, 196-204.

Quasthoff, U. M. (1973): Soziales Vorurteil und Kommunikation – Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps. Ein interdisziplinärer Versuch im Bereich von Linguistik, Sozialwissenschaft und Psychologie, Frankfurt am Main: Athenäum.

Ralser, B. (2008): Mit Schmä, Charme und Raunzerei. [online]
<https://web.archive.org/web/20131020042016/http://www.dieuniversitaet-online.at/beitraege/news/mit-schmah-charme-und-raunzerei/10/neste/124.html> [aufgerufen am 24.08.2022]

Rothbart, M. et al. (1978) 'From individual to group impressions: Availability heuristics in stereotype formation', Journal of experimental social psychology, 14(3), pp. 237–255. [online]
[https://doi.org/10.1016/0022-1031\(78\)90013-6](https://doi.org/10.1016/0022-1031(78)90013-6) [abgerufen am 02.07.2023]

Schneider, D. J. (2004): The psychology of stereotyping. New York: Guilford.

Schroer, M. (2006): Räume, Orte, Grenzen. Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raums. Suhrkamp. Frankfurt am Main.

Shpancer, N. (2018): Stereotype Accuracy: A Displeasing Truth. [online]
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/insight-therapy/201809/stereotype-accuracy-displeasing-truth> [aufgerufen am 12.9.2023].

Siebeck, C. (2017): Erinnerungsorte, lieux de mémoire. Potsdam.

Simcha, Alois Maria (2010): Heiß und fettig!, evolve.at - die Netzzeitschrift, [online]
https://www.evolver.at/kolumnen/Sprachpflege_Wuerstelstand_25_03_2010/ [abgerufen am 12.09.2024].

Sökefeld, M. (1999): 'Debating Self, Identity, and Culture in Anthropology', Current anthropology, 40(4), pp. 417–448. [online] <https://doi.org/10.1086/200042> [abgerufen am 07.09.2022].

Sorokina, N. (2012): Qualitative Methoden in der Stereotypenforschung. Design einer Fallstudie zur Auswirkung eines Deutschlandaufenthaltes auf Lernerstereotype, in: Cerri, C./Jentges, S./Stork, A. (Hrsg.), *Methoden empirischer Fremdsprachenforschung im Prozess: Ein Blick hinter die Kulissen aktueller Forschungsprojekte*, Bd. 88, Göttingen: Universitätsverlag Göttingen, 117-137.

Stangor, C. (1995): Content and Application Inaccuracy in Social Stereotyping. In: Lee, Y.-T./Jussim, L. J./McCauley, C. R. (Hrsg.): *Stereotype Accuracy. Toward Appreciating Group Experiences*. Washington: American Psychological Association, 275-292.

Tajfel, H. (1982): Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktion sozialer Stereotype. Bern: Verlag Hans Huber.

Tajfel, H. (2001). Social stereotypes and social groups, in M. A. Hogg & D. Abrams (Eds.), *Intergroup relations: Essential readings*, [O.S.]: Psychology Press, 132–145

Tajfel, H. (1969). Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25, 79-97.

Tajfel, H. /Turner, J. C. (1986): The social identity theory of intergroup relations, in: S. Worchel/W. G. Austin (Hrsg.), *Psychology of intergroup relations*, Monterey: Brooks/Cole.

Thiele, M. (2015) Medien und Stereotype : Konturen eines Forschungsfeldes. Bielefeld : Transcript.

Thomas, A. (2006): Die Bedeutung von Vorurteil und Stereotyp im interkulturellen Handeln, in: *Interculture Journal: Onlinezeitschrift für interkulturelle Studien*, 5(2), 3-20. [online] <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-454086> [aufgerufen am 12.9.2023]

Vogt, S./Werner M. (2014): Forschen mit Leitfadeninterviews und qualitativer Inhaltsanalyse. Köln: Fachhochschule Köln.

Weichhart, P. (1990): Raumbezogene Identität. Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation. Franz Steiner Verlag. Stuttgart.

Werlen, B. (1992): Regionale oder kulturelle Identität? In: *Berichte zur deutschen Landeskunde*. Band 66, Heft 1, Trier: [O.V], 9-32.

Wien zweitgrößte deutschsprachige Stadt (2014): [online] <https://www.wien.gv.at/statistik/wien-wachstum.html> [aufgerufen am 12.9.2023].

Zohn, H. (1989): Das Wienerlied als Psychogramm einer Bevölkerung, in: *Literatur und Kritik. Monatsschrift*, Bd. 24, Salzburg: Otto Müller Verlag, 452–465.

7.1. TV-BEITRÄGE

ORF (2019a): „Unser Österreich - Der Wiener Würstelstand“ [Dokumentation], Wien: ORF.

ORF (2019b): „Einmal kurz gelacht - Der Wiener Schmä und der Tod“ [Dokumentation], Wien: ORF.

NZZ Format (1998): Wiener Schmä [Youtube], https://www.youtube.com/watch?v=Nv6G6ihXdU&ab_channel=NZZFormat.

7.2. Zeitungsartikel/Magazinbeiträge/Flyer

Egghardt, A. (2020): Wien und der Tod. WienTourismus.

Schuberth, Gregor (2012): Zum Stand der Wurst, in: *Die Presse*, 29.06.2012, [online] <https://www.diepresse.com/1261000/zum-stand-der-wurst> [abgerufen am 12.09.2024]

Vogt, Jonas (2024): Eine Eitrige am Würstelstand? Bestellt sicher niemand aus Wien!, in: DER STANDARD, [online] <https://www.derstandard.at/story/3000000208816/eine-eitrige-am-wuerstelstand-bestellt-sicher-niemand-aus-wien> [abgerufen am 12.09.2024]

7.3. Lieder

Neuwirth, Roland (1996): Ein echtes Wienerlied, in: I hab an Karl mit mir, Warner Music Austria, [Lied]

Abstract

Stereotype sind eine allgegenwärtige soziale Realität. Sie betreffen grundlegende Kategorien wie beispielsweise Alter, Religion, Herkunft/Region oder aber auch Klassen und Berufe. Es handelt sich um „Wahrscheinlichkeitsurteile“, die Menschen a priori gewisse Werte und Charakterzüge zuordnen und somit Interaktionsprozesse zum einen, Identitätsaspekte zum anderen, beeinflussen können. Der Forschungsstand der Kultur- und Sozialanthropologie ist auf diesem Feld noch sporadisch und aus diesem Grund gleichzeitig vielversprechend. Hier stellen sich grundlegende Frage(n) des Faches: Wie werden Identitäten beeinflusst und konstituiert? Welchen Aspekt spielen hier stereotype Vorstellungen? Wie kann eine Region im Rahmen ihres Identitäts- und Stereotypenangebotes Individuen in ihrem Handeln, aber auch im persönlichen Identitätshaushalt prägen? Wie werden Stereotype tradiert, perpetuiert und wie entstehen diese *regionalen* Stereotype? Grundsätzlich wurde hier auf den „sozialkonstruktivistischen Weg“ gesetzt, der Stereotype nicht auf *einen* grundlegenden Wahrheitsgehalt prüft, sondern ein *persönlicher* Wahrheitsgehalt aufgrund individueller Ansichten meiner Gesprächspartner:innen grundsätzlich anerkennt. Hier setzt vorliegende Arbeit vor allem auf zwei, sich als perfekt ergänzend verstandene Datengewinnungsmethoden: Expert:innen- und Leitfadeninterviews stehen ero-epischer Gespräche, wie sie Roland Girtler vorschlägt, im Rahmen der Feldforschung gegenüber. Diese basieren auf ausgewählten Einzelaspekten des breiten Feldes der Stereotypentheorien, welche in ihrem Fragengrundgerüst durch deduktive Kategorienanwendung erstellt wurden und ob einer gewissen Ergebnisoffenheit dem üblichen Modus Operandi folgen und in ihren Unterkategorien auf Großteils induktiven Erkenntnisgewinn basiert. Geklärt werden soll mit diesem „mixed methods approach“ anhand konkreter, ausgewählter Beispiele, wie Stereotype über die Zeit entstehen, ihr Potenzial Interaktionsprozesse zu formen und wie diese im institutionellen Rahmen reproduziert werden und somit in ein identitäres Selbstverständnis einer regionalen Gesellschaft hineinwirken.

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit konnten die anfangs gestellten Fragen anhand ausgewählter Stereotypenkomplexe befriedigend beantworten und konnten anhand des Beispiels Würstelstand aufzeigen, wie Orte zu stereotypen Stellvertretern einer Region werden können. Anhand des Stereotypenkomplexes „Wiener Schmah“ aufzeigen, wie ein regionaler Stereotyp sowohl als Stereotyp, aber auch als Identitätsaspekt beansprucht werden kann und wie dieser Interaktionsprozesse und soziale Umfelder prägen kann. Schließlich wurde anhand des Bestattungsmuseum gezeigt, wie eine Institution regionale Stereotype aufgreifen kann und reproduziert und emittiert. Die Ergebnisse zeigen, dass die ausgewählten Stereotypen einen subjektiven Wahrheitsanspruch in unterschiedlichen Ausprägungen (da nicht jede:r den gleichen Stereotypenhaushalt hat) bei den Interviewten genießen und Stereotype somit zwar keinen generellen Wahrheitsanspruch postuliert werden kann, jedoch in die Gesellschaft und ihren Individuen hineinwirken.