



Europa-Universität
Flensburg

Fakultät II

Institut für Romanistik

Université

de Strasbourg



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Deutsch-französisch-spanischer Kulturaustausch im europäischen Kontext

Ergebnisse eines studentischen
Recherche- und Publikationsprojekts
unter der Leitung von Margot Brink



Impressum

Europa-Universität Flensburg

Fakultät II

Institut für Romanistik

Auf dem Campus 1

24943 Flensburg

Herausgeberin: Margot Brink

Titelblattgestaltung: Bianca Zidarescu, Ronja Krause, Sude Gündogdu

Kontakt: margot.brink@uni-flensburg.de

Inhaltsverzeichnis – Table des matières – Índice

Vorwort – Préface – Prefacio	3
------------------------------------	---

Margot Brink, Pablo Omar Muñoz Cardona

I. Gesellschaft und Politik – Société et politique – Sociedad y política

L'amitié franco-allemande et son élargissement culturel et institutionnel vers l'Espagne. / Die deutsch-französische Freundschaft und ihre kulturelle und institutionelle Erweiterung in Richtung Spanien	10
---	----

Lucía Jordán Matas, Isora Torres Segovia

Les clubs pour l'UNESCO en France, en Espagne et en Allemagne : une comparaison des réseaux de la société civile. / UNESCO-Clubs in Frankreich, Spanien und Deutschland : ein Vergleich zivilgesellschaftlicher Netzwerke.....	23
--	----

Davinia Martín Arellano

Stereotypen in Bezug auf Frankreich, Deutschland und Spanien im digitalen Wandel	36
--	----

Sude Gündogdu, Ronja Krause, Noéline Wyckhuyse, Claudia-Bianca Zidarescu

Die unsichtbare Grenze des Rhein. / La frontera invisible del Rin.	64
---	----

Simona Dobosyová, Gonzalo Serrano Muñoz

La promoción turística de los países	89
--	----

Natalia Chamizo Griñón, Nara Vincente

II. Kultur und Medien – Culture et médias – Cultura y medias

ARTE comme projet culturel européen	99
---	----

Marie-Christine Carstensen, Katarina Kühn

Kino- und Filmkultur – ein deutsch-französischer Vergleich	114
--	-----

Sophia Balke, Charlotte Prum, Johannes Stuetzer

Rencontres sous les projecteurs – échange théâtral franco-allemand / Begegnungen im Rampenlicht – deutsch-französischer Theateraustausch	127
--	-----

Janne Meret Krieg, Lara Schimmer

LATINA, ein lateinamerikanisches Festival in Flensburg / échanges culturels latino-américains à Flensburg	153
---	-----

Rafael Torres et Pablo Omar Muñoz Cardona

III. Kooperation und Bildung – Coopération et éducation – Cooperación y educación

Programmes de mobilité et leur importance pour l'échange culturel. L'exemple de l'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ)	158
--	-----

Marina Berrocal Ruiz, Carmen Millán Ginés et Blanca Periago Contreras

Entre lenguas y culturas : cómo acercar Europa. El papel de la traducción, la educación y la cultura en la construcción de una Europa intercultural	169
---	-----

Celia Palomares, Irene Pérez, Ángela María Rueda

Coopération universitaire franco-allemande dans le cadre de l'Europe – une interview avec Véronique Charléty de l'Ambassade de la France	176
--	-----

Blanca Rico

Margot Brink, Pablo Omar Muñoz Cardona

Vorwort – Préface – Prefacio

Deutsche, französische und spanische Textversionen

Vorwort

Wie gestaltet sich gegenwärtig der Austausch zwischen Deutschland, Frankreich und Spanien in den Bereichen Kultur, Bildung und Gesellschaft? Welche Initiativen und Programme setzen auf europäischer und globaler Ebene in diesen Bereichen wichtige Impulse? Wie funktioniert ein „Club UNESCO“ in Spanien und wie in den beiden Nachbarländern? Welchen Einfluss nehmen soziale Medien auf die lange Zeit überaus wirksamen nationalen Stereotypen? Warum ist die französische Filmkultur so beliebt und produktiv im Vergleich zum deutschen Kino? Wieso ist das Theaterspielen ein fantastischer Türöffner für andere Sprachen und Kulturen? Und warum gibt es in Flensburg ein „La.tina“-Festival?

Dies sind nur einige der Fragen, die sich Studierende der Fächer „Transkulturelle Europastudien: Sprachen, Kulturen, Interaktionen“ und „Französisch“ in einem trinationalen und mehrsprachigen Recherche- und Projektseminar im Frühjahr 2026 an der Europa-Universität Flensburg (EUF) gestellt haben, um das weite Feld der Austauschbeziehungen zwischen Deutschland, Frankreich und Spanien zu erkunden.

Warum aber ist uns dieses Thema wichtig? Nationalistische, populistische und polarisierende Diskurse haben derzeit Konjunktur in Europa – und weltweit. Ihnen liegt die Vorstellung von vermeintlich homogenen Nationen und Kulturen zugrunde, die es gegen ‚fremde‘ Einflüsse zu bewahren und zu schützen gelte. Diese Sichtweise ist nicht nur deskriptiv falsch, weil sie die Komplexität unserer gegenwärtigen Gesellschaften ignoriert, sondern auch normativ gefährlich, da sie Narrative der Ausgrenzung und kultureller Homogenität fördert. Moderne Identitäten sind jedoch keine Billardkugeln, die gegeneinanderstoßen, sondern bilden uneinheitliche, bunte Gewebe, in denen sich Fäden unterschiedlicher Herkunft und Einflüsse zu einem transkulturellen und globalen Muster verbinden.

Der soziale Frieden hängt nicht ausschließlich von politischen Entscheidungen und Verträgen ab, sondern ebenso von der Anerkennung unserer eigenen ‚inneren Transkulturalität‘. Jeder Mensch ist in Wirklichkeit ein Mosaik verschiedenster äußerer Einflüsse. Zu erkennen, dass unsere Vorlieben – von der Musik bis zur Ernährung – keine rein nationalen Grenzen haben, ist der erste Schritt hin zu einem Zusammenleben, das auf Solidarität und Empathie statt auf Ablehnung beruht.

Die UNO und die UNESCO ebenso wie die EU sind aus der traumatischen Erfahrung des Zweiten Weltkriegs hervorgegangen. Schon in der Präambel der Konstitution der UNESCO aus dem Jahr 1945 wurde betont, dass ein Frieden, der allein auf ökonomischen und politischen Verträgen beruhe, keine allgemeine Zustimmung finden und vor allem keinen dauerhaften Frieden sichern könne:

„Ein ausschließlich auf politischen und wirtschaftlichen Abmachungen von Regierungen beruhender Friede kann die einmütige, dauernde und aufrichtige Zustimmung der Völker der Welt nicht finden. Friede muss – wenn er nicht scheitern soll – in der geistigen und moralischen Solidarität der Menschheit verankert werden.“ (Präambel der UNESCO-Verfassung 1945)

Eine solche „geistige und moralische Solidarität“ entsteht besonders dort, wo Offenheit und Kenntnis für das jeweilige Gegenüber vorhanden sind, wo Brücken der Begegnung und des Austauschs gebaut werden und Verständigung nicht Aneignung oder Assimilation bedeutet, sondern zunächst nicht mehr und nicht weniger als ein Wahrnehmen des bzw. der Anderen, der Ähnlichkeit, der Nähe, der Unterschiede, der Unvergleichbarkeit sowie der vielfältigen transkulturellen Übergänge.

Dieser Geist der Offenheit und des Austauschs wird auch durch konkrete Programme der EU und der UNESCO unterstützt. Z. B. das Programm „Creative Europe 2021-2027“, mit einem Budget von 2,44 Milliarden Euro. Es zielt nicht nur darauf ab, Kunst und Kultur zu finanzieren, sondern auch als Motor gesellschaftlicher Resilienz zu wirken, indem es Inklusion, Digitalisierung und ökologische Nachhaltigkeit besonders fördert. Dabei handelt es sich um ein durchaus zukunftsweisendes Programm, das jedoch unterfinanziert und relativ bürokratisch bleibt. Ein anderes Beispiel ist das UNESCO-Programm „Memory of the World International Register“, das zentrale Dokumente des kulturellen Welterbes staaten- und kulturübergreifend bewahrt und zur Verfügung stellt. Immer geht es dabei auch darum, lebendige Räume zu schaffen, in denen jener Dialog praktiziert wird, der für die Verhinderung zukünftiger Konflikte notwendig ist. In diesem weiten Sinne ist Kulturaustausch ein wichtiger Beitrag zur Förderung von Demokratie und Frieden.

Das trinationale Studienprogramm „Transkulturelle Europastudien: Sprachen, Kulturen, Interaktionen“ (B.A.), das gemeinsam von den Universitäten Flensburg, Málaga und Straßburg als europäischer Joint Degree durchgeführt wird, ist ebenso wie das Studienfach „Französisch“ an der EUF auf eine solche Perspektive des Austauschs, der Transkulturalität, der Dekonstruktion nationalistischer Vorurteile und eines kritischen Verständnisses von Europa ausgerichtet.

Mit dieser Broschüre legen wir nun die Ergebnisse unserer Recherche vor. Gemeinsam haben wir diskutiert und inhaltliche Schwerpunkte gesetzt. Von der Ausgangsfrage und Themenfindung über die Struktur und die Frage der Verwendung der Sprachen bis hin zur grafischen Gestaltung und Finalisierung des Manuskripts lag das Projekt in den Händen der Studierenden.

Wir bedanken uns bei unseren Gesprächspartner:innen Damien Poinard von Thealingua, Astrid Sacher vom Knirps Theater, Stephan Schnell von Interkultour und Véronique Charléty von der Französischen Botschaft in Berlin. Außerdem haben uns die Tourismusbüros und -beauftragten der Städte Kehl, Freiburg, Huningue, Neuf-Brisach, Wissembourg und Stuttgart wichtige Informationen für unsere Beiträge geliefert. Herzlichen Dank an alle für die Unterstützung.

Wir hoffen sehr, dass das Resultat unserer Recherchen nicht nur uns selbst, sondern auch die Leserinnen und Leser bereichert.

Viel Freude bei der Lektüre!

Préface

À quoi ressemblent aujourd'hui les échanges entre l'Allemagne, la France et l'Espagne dans les domaines de la culture, de l'éducation et de la société ? Quelles initiatives et quels programmes donnent des impulsions importantes à l'échelle européenne et mondiale dans ces domaines ? Comment fonctionne un « Club UNESCO » en Espagne et dans les deux pays voisins ? Quelle influence les réseaux sociaux exercent-ils sur des stéréotypes nationaux longtemps restés particulièrement puissants ? Pourquoi la culture cinématographique française est-elle si populaire et si productive en comparaison avec le cinéma allemand ? Pourquoi la pratique du théâtre constitue-t-elle une formidable porte d'entrée vers d'autres langues et cultures ? Et pourquoi existe-t-il un festival « La.tina » à Flensburg ?

Telles sont quelques-unes des questions que se sont posées les étudiantes et étudiants des filières « Études européennes transculturelles : langues, cultures, interactions » et « Études françaises » dans le cadre d'un séminaire trinational et multilingue de recherche et de projet au printemps 2026 à l'Europa-Universität Flensburg (EUF), afin d'explorer le vaste champ des relations d'échange entre l'Allemagne, la France et l'Espagne.

Mais pourquoi ce thème nous semble-il si important ? Les discours nationalistes, populistes et polarisants connaissent actuellement un regain de vigueur en Europe – et dans le monde entier. Ils reposent sur l'idée de nations et de cultures prétendument homogènes qu'il conviendrait de préserver et de protéger contre des influences « étrangères ». Cette vision est non seulement erronée

d'un point de vue descriptif, puisqu'elle ignore la complexité de nos sociétés contemporaines, mais également dangereuse sur le plan normatif, car elle favorise des récits d'exclusion et d'homogénéité culturelle. Les identités modernes ne sont toutefois pas des boules de billard qui s'entrechoquent, mais forment des tissages hétérogènes et colorés, dans lesquels des fils d'origines et d'influences diverses s'entremêlent pour former des motifs transculturels et mondiaux.

La paix sociale ne dépend pas exclusivement de décisions et d'accords politiques ; elle repose également sur la reconnaissance de notre propre « transculturalité intérieure ». Chaque individu est, en réalité, une mosaïque de multiples influences extérieures. Reconnaître que nos préférences – de la musique à l'alimentation – ne connaissent pas de frontières purement nationales constitue la première étape vers une coexistence fondée sur la solidarité et l'empathie plutôt que sur le rejet. L'ONU (Organisation des Nations Unies), l'UNESCO (Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture) ainsi que l'Union européenne sont nées de l'expérience traumatique de la Seconde Guerre mondiale. Dès le préambule de la Constitution de l'UNESCO de 1945, il était souligné qu'une paix fondée uniquement sur des accords économiques et politiques ne saurait obtenir l'adhésion générale des peuples ni garantir une paix durable :

« Une paix fondée sur les seuls accords politiques et économiques des gouvernements ne saurait entraîner l'adhésion unanime, durable et sincère des peuples. La paix doit donc être établie sur le fondement de la solidarité intellectuelle et morale de l'humanité. » (Préambule de la Constitution de l'UNESCO, 1945)

Une telle « solidarité intellectuelle et morale » se développe particulièrement là où existent l'ouverture à l'autre et la connaissance réciproque, là où se construisent des ponts de rencontre et d'échange, et où la compréhension mutuelle ne signifie ni appropriation ni assimilation, mais avant tout la reconnaissance de l'autre – de ses ressemblances, de ses proximités, de ses différences, de ses singularités et des multiples passages transculturels.

Cet esprit d'ouverture et d'échange est également soutenu par des programmes concrets de l'Union européenne et de l'UNESCO. On peut citer, par exemple, le programme « Creative Europe 2021-2027 », doté d'un budget de 2,44 milliards d'euros. Celui-ci vise non seulement à financer les arts et la culture, mais aussi à renforcer la résilience des sociétés en favorisant l'inclusion, la transition numérique et la durabilité écologique. Il s'agit d'un programme indéniablement positif et tourné vers l'avenir, qui demeure toutefois sous-financé et relativement complexe sur le plan administratif. Un autre exemple est le programme de l'UNESCO « Memory of the World International Register », qui vise à préserver et à rendre accessibles des documents majeurs du patrimoine culturel mondial au-delà des frontières nationales et culturelles. Dans tous les cas, il s'agit de créer des

espaces vivants où puisse se développer le dialogue nécessaire à la prévention des conflits futurs. Dans cette perspective élargie, l'échange culturel constitue une contribution essentielle à la promotion de la démocratie et de la paix.

Le programme trinationnel « Études européennes transculturelles : langues, cultures, interactions » (Licence/B.A.), mis en œuvre conjointement avec les universités de Flensburg, Málaga et de Strasbourg sous la forme d'un diplôme européen conjoint (Joint Degree), tout comme la filière « Études françaises » à la EUF, s'inscrit pleinement dans cette perspective d'échange, de transculturalité, de déconstruction des préjugés nationalistes et de compréhension critique de l'Europe.

Avec cette brochure, nous présentons aujourd'hui les résultats de nos recherches. Ensemble, nous avons débattu, défini des priorités thématiques et construit ce projet collectif. Depuis la formulation des questions initiales et le choix des sujets jusqu'à l'élaboration de la structure, aux réflexions sur l'usage des langues, à la conception graphique et à la finalisation du manuscrit, le projet est resté entre les mains des étudiantes et étudiants.

Nous remercions nos interlocuteurs : Damien Poinard de Thealingua, Astrid Sacher du Knirps Theater, Stephan Schnell d'Interkultour et Véronique Charléty de l'Ambassade de France à Berlin. Par ailleurs, les offices de tourisme et les responsables touristiques des villes de Kehl, Fribourg, Huningue, Neuf-Brisach, Wissembourg et Stuttgart nous ont fourni des informations importantes pour nos articles. Un grand merci à tous et toutes pour votre soutien.

Nous espérons vivement que le résultat de nos recherches enrichira non seulement ses auteur·rices, mais également ses lectrices et lecteurs.

Nous vous souhaitons une excellente lecture !

Prefácio

¿Cómo se configuran actualmente los intercambios entre Alemania, Francia y España en los ámbitos de la cultura, la educación y la sociedad? ¿Qué iniciativas y programas impulsan estos ámbitos a nivel europeo y global? ¿Cómo funciona un «Club UNESCO» en España y cómo en los dos países vecinos? ¿Qué influencia ejercen las redes sociales sobre unos estereotipos nacionales que durante mucho tiempo han demostrado una notable eficacia? ¿Por qué la cultura cinematográfica francesa es tan popular y productiva en comparación con el cine alemán? ¿Por qué la práctica teatral constituye una magnífica puerta de acceso a otras lenguas y culturas? ¿Y por qué existe un festival llamado «La.tina» en Flensburg?

Estas son solo algunas de las preguntas que se plantearon las y los estudiantes de los grados «Estudios Transculturales Europeos: Lenguas, Culturas e Interacciones» y «Estudios Franceses» en el marco de un seminario trinacional y multilingüe de investigación y proyectos que tendrá lugar en la Universidad Europea de Flensburg (EUF) en la primavera de 2026, con el fin de explorar el amplio campo de las relaciones de intercambio entre Alemania, Francia y España.

Pero ¿por qué es importante este tema para nosotros? Los discursos nacionalistas, populistas y polarizadores gozan actualmente de una gran difusión en Europa y en el resto del mundo. Se basan en la idea de naciones y culturas supuestamente homogéneas que deberían preservarse y protegerse frente a influencias consideradas «extranjeras». Esta visión no solo es descriptivamente errónea, ya que ignora la complejidad de nuestras sociedades contemporáneas, sino también normativamente peligrosa, pues fomenta narrativas de exclusión y de homogeneidad cultural. Sin embargo, las identidades modernas no son bolas de billar que chocan entre sí, sino que forman tejidos heterogéneos y coloridos en los que hilos de distintos orígenes e influencias se entrelazan para crear un patrón transcultural y global.

La paz social no depende exclusivamente de decisiones políticas y tratados, sino también del reconocimiento de nuestra propia «transculturalidad interna». Cada ser humano es, en realidad, un mosaico de influencias externas muy diversas. Reconocer que nuestras preferencias —desde la música hasta la alimentación— no conocen fronteras puramente nacionales constituye el primer paso hacia una convivencia basada en la solidaridad y la empatía, en lugar del rechazo.

La Organización de las Naciones Unidas, la UNESCO y también la Unión Europea surgieron de la experiencia traumática de la Segunda Guerra Mundial. Ya en el preámbulo de la Constitución de la UNESCO de 1945 se subrayaba que una paz fundada únicamente en acuerdos económicos y políticos no podría obtener el apoyo general de los pueblos ni garantizar una paz duradera:

«Una paz basada exclusivamente en acuerdos políticos y económicos entre gobiernos no puede suscitar la adhesión unánime, duradera y sincera de los pueblos del mundo. Si no quiere fracasar, la paz debe asentarse sobre la solidaridad intelectual y moral de la humanidad.» (Preámbulo de la Constitución de la UNESCO, 1945)

Esta «solidaridad intelectual y moral» surge especialmente allí donde existen apertura y conocimiento mutuo, donde se construyen puentes de encuentro e intercambio y donde la comprensión no significa apropiación ni asimilación, sino, ante todo, el reconocimiento del otro o de la otra, de las semejanzas, las proximidades, las diferencias, las singularidades y las múltiples transiciones transculturales.

Este espíritu de apertura e intercambio también se ve respaldado por programas concretos de la Unión Europea y de la UNESCO. Un ejemplo es el programa «Creative Europe 2021-2027», dotado con un presupuesto de 2,44 mil millones de euros. Su objetivo no es solo financiar el arte y la cultura, sino también actuar como motor de resiliencia social mediante el fomento de la inclusión, la digitalización y la sostenibilidad ecológica. Se trata de un programa positivo y orientado al futuro, aunque sigue estando insuficientemente financiado y continúa siendo relativamente burocrático.

Otro ejemplo es el programa de la UNESCO «Memory of the World International Register», que preserva y pone a disposición documentos fundamentales del patrimonio cultural mundial más allá de las fronteras estatales y culturales. En todos estos casos se trata también de crear espacios vivos en los que pueda practicarse el diálogo necesario para prevenir futuros conflictos. En este sentido amplio, el intercambio cultural constituye una contribución fundamental a la promoción de la democracia y la paz.

El programa trinacional «Estudios Transculturales Europeos: Lenguas, Culturas e Interacciones» (Grado/B.A.), desarrollado conjuntamente con las universidades de Flensburg, Málaga y Estrasburgo como un título conjunto europeo (Joint Degree), comparte, al igual que la titulación de «Estudios Franceses» en la EUF, esta perspectiva basada en el intercambio, la transculturalidad, la deconstrucción de los prejuicios nacionalistas y una comprensión crítica de Europa.

Con este folleto presentamos ahora los resultados de nuestra investigación. Hemos debatido conjuntamente y definido los principales ejes temáticos. Desde la formulación de las preguntas iniciales y la selección de los temas hasta la estructura del proyecto, la reflexión sobre el uso de las lenguas, el diseño gráfico y la finalización del manuscrito, todo el proceso ha estado en manos de las y los estudiantes.

Queremos dar las gracias a nuestros interlocutores: Damien Poinard, de Thealingua; Astrid Sacher, del Knirps Theater; Stephan Schnell, de Interkultour; y Véronique Charléty, de la Embajada de Francia en Berlín. Además, las oficinas de turismo y los responsables turísticos de las ciudades de Kehl, Friburgo, Huningue, Neuf-Brisach, Wissembourg y Stuttgart nos han facilitado información importante para nuestros artículos. Muchas gracias a todos por vuestro apoyo.

Esperamos sinceramente que el resultado nuestras investigaciones enriquezca no solo a quienes hemos participado en su elaboración, sino también a sus lectoras y lectores.

¡Les deseamos una excelente lectura!

I. Gesellschaft und Politik – Société et politique – Sociedad y política

Lucía Jordán Matas, Isora Torres Segovia

L'amitié franco-allemande et son élargissement culturel et institutionnel vers l'Espagne.

**Die deutsch-französische Freundschaft und ihre kulturelle und institutionelle Erweiterung
in Richtung Spanien**

Abstract: Deutsch, Text auf Französisch

Dieser Beitrag untersucht die Entwicklung der deutsch-französischen Freundschaft sowie deren kulturelle und institutionelle Erweiterung in Richtung Spanien innerhalb des europäischen Integrationsprozesses. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie sich die Beziehungen zwischen Frankreich und Deutschland von einer jahrhundertelangen Rivalität zu einer der engsten politischen und kulturellen Partnerschaften Europas entwickelt haben und welche Rolle Spanien heute in diesem Kontext einnimmt.

Zunächst werden die historischen Grundlagen der deutsch-französischen Beziehungen analysiert. Die drei großen Konflikte zwischen beiden Ländern – der Deutsch-Französische Krieg (1870–1871), der Erste Weltkrieg und der Zweite Weltkrieg – werden als entscheidende Faktoren betrachtet, die schließlich zur Suche nach dauerhaften Mechanismen der Friedenssicherung führten. Anschließend wird die institutionelle Zusammenarbeit untersucht, insbesondere die Bedeutung des Élysée-Vertrags von 1963 und des Vertrags von Aachen von 1991 sowie die Rolle gemeinsamer Institutionen wie des Deutsch-Französischen Ministerrats und der Deutsch-Französischen Parlamentarischen Versammlung.

Darüber hinaus beleuchtet die Arbeit die kulturelle und bildungspolitische Dimension der Zusammenarbeit. Einrichtungen wie das Deutsch-Französische Jugendwerk und die Deutsch-Französische Hochschule werden als Beispiele für eine erfolgreiche gesellschaftliche Annäherung vorgestellt. Im zweiten Teil wird die Stellung Spaniens innerhalb dieses Beziehungsgeflechts analysiert. Obwohl Spanien eng mit Frankreich und Deutschland kooperiert und aktiv an europäischen Programmen wie Erasmus+ beteiligt ist, verfügt es nicht über vergleichbare bilaterale

Strukturen. Die Untersuchung zeigt daher die Grenzen einer vollständigen Trilateralisierung des deutsch-französischen Modells auf.

Abschließend wird argumentiert, dass digitale Bildungsplattformen, europäische Hochschulnetzwerke und gemeinsame Kulturprojekte künftig neue Möglichkeiten bieten könnten, die kulturellen und institutionellen Beziehungen zwischen Deutschland, Frankreich und Spanien nachhaltig zu vertiefen.

L'amitié franco-allemande et son élargissement culturel et institutionnel vers l'Espagne

Le couple franco-allemand est historiquement perçu comme le « moteur » de l'intégration européenne, fondé sur la recherche constante de compromis entre deux visions politiques et économiques structurellement différentes (Degner and Leuffen 2018). Face à ce duopole, la position de l'Espagne a profondément évolué depuis son adhésion à la CEE en 1986. D'abord alignée sur Paris et Berlin pour consolider son ancrage européen, la diplomatie espagnole a parfois cherché à contester ce leadership exclusif, notamment par des alliances alternatives lors de la crise d'Irak en 2003 (Koopmann 2005), avant de s'imposer comme un tiers-partenaire incontournable, capable de faire le pont entre les sensibilités d'Europe du Nord et du Sud.

1. Contexte historique

Le contexte historique de l'amitié franco-allemande est le fruit d'un passage progressif et hautement symbolique d'une « rivalité héréditaire » (marquée par trois guerres majeures entre 1870 et 1945) à une coopération institutionnelle étroite, devenue le moteur de l'intégration européenne.

1.1 La Guerre Franco-Allemande (1870-1871)

Déclenchée par des tensions diplomatiques (notamment la dépêche d'Ems), cette guerre oppose le Second Empire français de Napoléon III au Royaume de Prusse et à ses alliés allemands. La défaite rapide de la France à Sedan entraîne la chute de l'Empire et la proclamation de la Troisième République. Le traité de Francfort (1871) ampute la France de l'Alsace et d'une partie de la Lorraine, tandis que l'Empire allemand est proclamé dans la galerie des Glaces du château de Versailles. Comme le souligne l'historien François Roth, cette annexion va cristalliser une rancœur durable en France : « L'annexion de l'Alsace-Lorraine sans le consentement des populations reste

la grande blessure d'où découle une hostilité permanente. Elle empêche toute réconciliation sincère pendant plus de quarante ans » (Roth 1990, p. 115).



Illustration 1 : Le Siège de Paris (1870-1871) par E. Meissonier, © Musée d'Orsay

1.2 La Première Guerre Mondiale (1914-1918)

La volonté française de récupérer les provinces perdues, combinée au jeu des alliances européennes et à la montée des nationalismes, mène à l'explosion de 1914. Ce conflit se transforme rapidement en une guerre de position et d'usure d'une violence inédite, symbolisée par la bataille de Verdun (1916). Le Traité de Versailles (1919) restitue l'Alsace-Lorraine à la France mais impose à l'Allemagne de lourdes réparations économiques et l'article 231 qui lui attribue la responsabilité exclusive de la guerre. L'historien Georges-Henri Soutou explique comment les modalités de cette paix ont posé les germes du conflit suivant : « Pour les Français, Versailles était une garantie de sécurité minimale ; pour les Allemands, c'était un « Diktat » insupportable destiné à maintenir leur pays dans un état d'asservissement permanent.

» (Soutou 2015, p. 43).



Illustration 2 : Signature du traité à la galerie des Glaces, château de Versailles par Wikimedia Commons H.J. Kirtland et L.S. Kirtland, © *US National Archives*

1.3 La Seconde Guerre Mondiale (1939-1945)

Exploitant le ressentiment lié au traité de 1919, le régime nazi d'Adolf Hitler se lance dans une politique d'expansion agressive. En mai 1940, la France subit une défaite militaire fulgurante (la « Debacle »), conduisant à l'occupation du pays et à la mise en place du régime de Vichy, qui choisit la collaboration. Cette période est marquée par des spoliations massives, les déportations et la répression de la Résistance. L'historien Jean-Pierre Azéma résume la profondeur du fossé qui s'est alors creusé entre les deux pays : « L'occupation allemande ne fut pas seulement militaire, elle visa à démanteler les structures de la République française et à intégrer de fait l'économie et la main-d'œuvre françaises au service exclusif de la machine de guerre totalitaire du Reich » (Azéma 2004, p. 88). L'impact sur l'après-guerre : C'est précisément l'accumulation de ces trois traumatismes en l'espace de 75 ans qui a convaincu les dirigeants d'après-guerre (comme Schuman et Adenauer) que les méthodes diplomatiques traditionnelles ne suffisaient plus. Il fallait une intégration structurelle (comme la CECA) pour briser définitivement ce cycle de violences.



Illustration 3 : Des soldats américains défilent sur les Champs-Élysées en 1944 avec l'Arc de Triomphe en arrière-plan, © s. a. / *Domaine public*

2. Institutionnalisation de la coopération franco-allemande

La relation entre la France et l'Allemagne se distingue par un degré d'institutionnalisation unique sur la scène internationale, transformant une rivalité historique en un moteur d'intégration régionale. Cette coopération bilatérale ne repose pas uniquement sur des affinités politiques temporaires, mais s'ancre dans un cadre juridique et structurel profondément interconnecté (Defrance et Pfeil, 2012).

2.1 Les fondations et la modernisation

Le socle de cette architecture institutionnelle est posé par le Traité de l'Élysée (1963). Signé par Charles de Gaulle et Konrad Adenauer, ce pacte a scellé la réconciliation officielle des deux nations en imposant un calendrier contraignant de consultations régulières à tous les niveaux de l'État (Lappenküper, 2018). Plus qu'un simple accord de paix, il a ancré le réflexe de la concertation bilatérale dans la culture politique des deux pays.



Illustration 4 : Monnaie de 2 € commémorative : 50e anniversaire du Traité de l'Élysée, © Banque centrale européenne

Cinquante-six ans plus tard, le Traité d'Aix-la-Chapelle (2019) est venu adapter cette alliance aux défis du XXI^e siècle. Signé par Emmanuel Macron et Angela Merkel, ce nouveau texte ne remplace pas le précédent mais le modernise en mettant l'accent sur la convergence économique, la sécurité commune, la transition énergétique et la coopération transfrontalière concrète (Schild, 2020).

2.2 Des structures de coordination uniques

Pour donner vie à ces traités, des structures décisionnelles et délibératives inédites ont été mises en place :

Le Conseil des ministres franco-allemand (CMFA) : Instauré en 2003 (en remplacement des sommets semi-annuels), il réunit les gouvernements des deux pays pour harmoniser les politiques nationales, définir des positions communes face à l'Union européenne et lancer des projets industriels ou technologiques conjoints (Miard-Delacroix, 2011).

L'Assemblée parlementaire franco-allemande (APFA) : Créée en 2019, cette structure législative commune unique, composée de 50 députés de l'Assemblée nationale et 50 du Bundestag, assure le

suivi des traités, veille à la convergence de la transposition des directives européennes et offre un espace de dialogue démocratique direct au-delà des seuls pouvoirs exécutifs (Kempf, 2022).

2.3 Un haut niveau d'intégration politique

L'ensemble de ces dispositifs témoigne d'un niveau d'intégration politique exceptionnel. La prise de décision bilatérale est devenue si routinière qu'elle s'apparente à une forme de « gouvernance partagée » (Schild, 2020). Si des divergences persistent parfois en raison de cultures politiques ou d'intérêts économiques distincts, l'infrastructure institutionnelle franco-allemande agit comme un amortisseur de crises et un laboratoire pour l'intégration paneuropéenne.

3. Dimension culturelle et éducative de l'axe franco-allemand

La coopération franco-allemande ne se limite pas aux seuls aspects économiques et politiques ; elle trouve ses fondements les plus solides dans le rapprochement culturel et académique de ses sociétés civiles. Cette dynamique repose sur un réseau d'institutions majeures dont le but est d'ancrer l'amitié bilatérale dans la durée.

3.1 Les instituts culturels nationaux et la diplomatie linguistique

Sur le plan de la diffusion linguistique, le Goethe-Institut pour l'Allemagne et l'Alliance Française (ainsi que l'Institut Français) pour la France jouent un rôle prépondérant. Bien que ces organismes aient pour mission première la promotion de leur culture nationale respective à l'étranger, ils ont développé au fil des décennies des synergies uniques en Europe. Ils partagent régulièrement des locaux communs dans certaines villes tierces ou collaborent sur des programmations culturelles conjointes, illustrant une volonté de projection européenne unie.

3.2 Les structures pionnières de la jeunesse et de l'enseignement supérieur

Le domaine éducatif est sans doute le plus institutionnalisé de cette relation, soutenu par des structures nées de traités politiques majeurs.

En premier lieu, « l'Office franco-allemand pour la jeunesse (OFAJ) », créé en 1963 par le Traité de l'Élysée, a permis à plus de 9 millions de jeunes Français et Allemands de participer à des échanges linguistiques, scolaires et professionnels (OFAJ, 2023). Cette structure a permis que la réconciliation passait par la connaissance mutuelle dès le plus jeune âge.

En second lieu, « l'Université franco-allemande (UFA) », établie en 1997, structure un réseau d'établissements d'enseignement supérieur qui proposent des cursus binationaux. Les étudiants de l'UFA effectuent leur scolarité dans les deux pays et obtiennent un diplôme conjoint, créant ainsi une véritable élite académique transfrontalière (UFA, 2022).

Ces structures, par leur caractère permanent et leur financement paritaire, renforcent fortement l'intégration sociétale, académique et humaine entre la France et l'Allemagne, créant ce que certains sociologues qualifient de « génération franco-allemande ».

4. Ouverture vers l'Espagne : une coopération asymétrique

Face à ce bloc institutionnel franco-allemand, l'intégration de l'Espagne dans les dynamiques culturelles et éducatives européennes présente un visage différent, marqué par le multilatéralisme plutôt que par une bilatéralité exclusive.

4.1 L'intégration espagnole par le prisme multilatéral européen

L'Espagne participe activement à la construction européenne et coopère étroitement avec la France et l'Allemagne. Cependant, cette coopération repose principalement sur des cadres multilatéraux fournis par l'Union européenne, tels que le programme « Erasmus+ » ou le protocole de recherche « Horizon Europe ». L'Espagne est d'ailleurs l'une des destinations de prédilection des étudiants Erasmus français et allemands (Commission européenne, 2024), ce qui témoigne d'une forte attractivité culturelle, mais celle-ci s'inscrit dans un cadre globalisé.

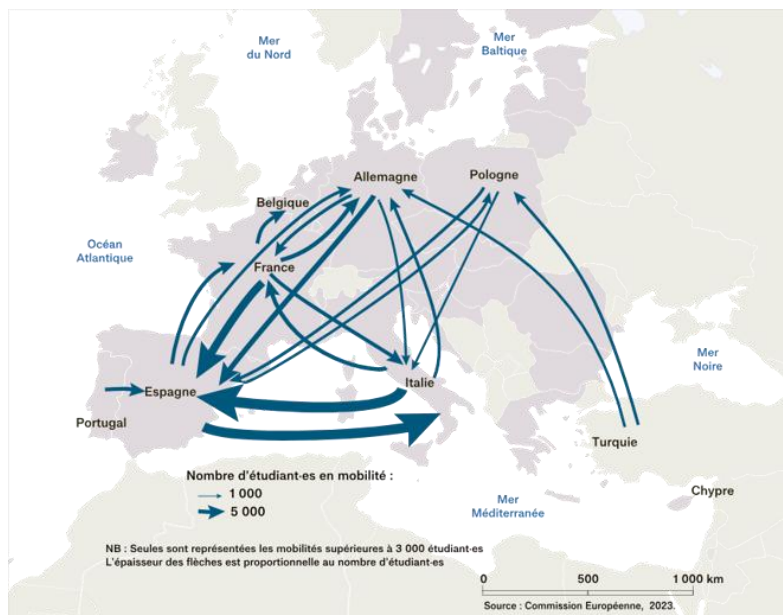


Illustration 5 : Graphique statistique de l'Union européenne représentant les flux de mobilité des étudiants Erasmus+ entre la France, l'Allemagne et l'Espagne, © Commission européenne et Eurostat / Wikimedia Commons

4.2 L'absence de structures bilatérales équivalentes

Contrairement au couple franco-allemand, il n'existe pas encore de structures institutionnelles dédiées et équivalentes (telles qu'un Office franco-espagnol ou hispano-allemand pour la jeunesse) entre l'Espagne et ses deux partenaires.

Sur le plan culturel, bien que « l'Instituto Cervantes » (Espagne) joue un rôle crucial dans la diffusion de la langue espagnole dans le monde, ses interactions avec le Goethe-Institut et l'Alliance Française se font principalement sous la bannière du réseau « EUNIC » (European Union National Institutes for Culture). Les relations culturelles et éducatives tripartites sont donc moins centralisées, moins dotées financièrement de manière spécifique, et apparaissent par conséquent plus dispersées et dépendantes des initiatives locales ou des appels à projets européens.

5. Analyse critique et limites de la trilatéralisation

La différence de profondeur institutionnelle entre l'axe franco-allemand et les relations incluant l'Espagne s'explique par des facteurs historiques, temporels et géopolitiques structurels.

5.1 La genèse historique : réconciliation vitale versus intégration tardive

Premièrement, la coopération franco-allemande est née d'un besoin historique urgent de réconciliation. Après trois conflits majeurs en moins d'un siècle (1870, 1914-1918, 1939-1945), l'institutionnalisation des relations était perçue par les dirigeants de l'époque, notamment Charles de Gaulle et Konrad Adenauer, comme une garantie absolue de paix (Soutou, 2013).



Illustration 6 : Photographie historique de la signature du Traité de l'Élysée le 22 janvier 1963 par Charles de Gaulle et Konrad Adenauer, © Bundesarchiv /

À l'inverse, l'Espagne a rejoint l'Union européenne plus tardivement, en 1986, après la transition démocratique post-franquiste (Powell, 2015). À son entrée, le cadre de la gouvernance européenne était déjà largement structuré autour du moteur franco-allemand, reléguant l'Espagne à un rôle de puissance hautement coopérative, mais extérieure au noyau fondateur historique.

5.2 La centralité politique et le défi de la trilatéralisation

Deuxièmement, le couple franco-allemand occupe une position géographique et politique centrale dans la gouvernance de la zone euro et de l'UE. Transformer ce « moteur bilatéral » en une coopération trilatérale formalisée avec Madrid soulève des craintes de dilution de l'efficacité décisionnelle. De plus, l'Espagne a souvent privilégié, de par son histoire, des axes de diplomatie culturelle orientés vers l'Amérique latine et le bassin méditerranéen, tandis que l'Allemagne regardait historiquement vers l'Europe centrale et orientale. Ces priorités géopolitiques divergentes expliquent pourquoi une institutionnalisation tripartite solide peine à s'imposer en dehors des grands traités cadres européens.

6. Conclusion

En somme, cette analyse met en évidence que l'amitié franco-allemande demeure le moteur essentiel et le laboratoire de l'intégration européenne, renforcée par un réseau institutionnel unique au monde. Toutefois, l'étude montre également les limites inhérentes à l'élargissement de ce modèle rigide vers une coopération trilatérale fluide avec l'Espagne.

L'enjeu de notre travail sera de d'analyser comment les plateformes numériques éducatives, les réseaux d'universités européennes et les initiatives de coproduction culturelle peuvent, à l'avenir, offrir la flexibilité nécessaire pour renforcer de manière significative et durable les liens culturels et éducatifs entre la France, l'Allemagne et l'Espagne.

Bibliographie

Azéma, Jean-Pierre (2004): De Munich à la Libération : 1938-1944, Paris: Éditions du Seuil.

Lappenküper, Ulrich (2018): Le traité de l'Élysée (22 janvier 1963) : Une base pour les relations franco-allemandes, Paris: Éditions du Livre.

Miard-Delacroix, Hélène (2011): Le défi européen : De Gaulle, Adenauer et la genèse du couple franco-allemand, Paris: Tallandier.

Powell, Charles (2015): L'Espagne dans l'Europe : de l'isolement à l'intégration (1986-2015), Madrid: Real Instituto Elcano.

Roth, François (1990): La guerre de 1870, Paris: Fayard.

Soutou, Georges-Henri (2013): L'Alliance incertaine : Les rapports franco-allemands de 1948 à nos jours, Paris: Fayard.

Soutou, Georges-Henri (2015): La Grande Illusion : Quand la France perdait la paix (1914-1920), Paris: Tallandier.

Defrance, Corine y Ulrich Pfeil (2012): Entre France et Allemagne : Enjeux culturels et diplomatiques (XIXe-XXe siècles), Bruxelles: Peter Lang.

Degner, Hannes y Dirk Leuffen (2018): Franco-German cooperation and the rescuing of the Eurozone, en: European Union Politics, Jg. 20, Nr. 1, S. 89–108.

Commission européenne (2024): Rapport annuel sur la mobilité étudiante Erasmus+, Bruxelles: Publications de l'Union européenne.

Koopmann, Martin (2005): A driving force despite everything: Franco-German relations and the Enlarged European Union, Paris: Institut Jacques Delors.

OFAJ (2023): Rapport d'activité 2022 : Soixante ans d'échanges et d'innovation, Paris / Berlin: Office franco-allemand pour la Jeunesse.

UFA (2022): Le guide des cursus binationaux de l'Université franco-allemande, Sarrebruck: UFA.

Kempf, Udo (2022): L'Assemblée parlementaire franco-allemande : un nouvel élan pour la coopération interparlementaire ?, en: Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande, Jg. 54, Nr. 1, S. 45-62.

Schild, Joachim (2020): Le traité d'Aix-la-Chapelle : Un nouveau départ ou un symbole de continuité dans les relations franco-allemandes ?, en: Allemagne d'aujourd'hui, Nr. 231 (1), S. 12-25.

Table des illustrations

Illustration 1 : Le Siège de Paris (1870-1871) par E. Meissonier, © *Musée d'Orsay*

Illustration 2 : Signature du traité à la galerie des Glaces, château de Versailles par Wikimedia Commons H.J. Kirtland et L.S. Kirtland, © *US National Archives*

Illustration 3 : Des soldats américains défilent sur les Champs-Élysées en 1944 avec l'Arc de Triomphe en arrière-plan, © *s. a. / Domaine public*

Illustration 4 : Monnaie de 2 € commémorative : 50e anniversaire du Traité de l'Élysée, © Banque centrale européenne

Illustration 5 : Graphique statistique de l'Union européenne représentant les flux de mobilité des étudiants Erasmus+ entre la France, l'Allemagne et l'Espagne, © *Commission européenne et Eurostat / Wikimedia Commons*

Illustration 6 : Photographie historique de la signature du Traité de l'Élysée le 22 janvier 1963 par Charles de Gaulle et Konrad Adenauer, © *Bundesarchiv /*

Davinia Martín Arellano

Les clubs pour l'UNESCO en France, en Espagne et en Allemagne : une comparaison des réseaux de la société civile

Deutsche und französische Textversionen



Illustration 1: Logo de la Fédération Française des Clubs pour l'UNESCO (FFCU), © FFCU

Abstract

Les clubs pour l'UNESCO constituent un réseau mondial de la société civile qui s'engage à diffuser les idéaux de l'Organisation dans les domaines de l'éducation, de la culture et de la science. Cet article compare les structures nationales de trois pays européens — la France, l'Espagne et l'Allemagne — en s'appuyant sur leurs cadres réglementaires, leurs missions et leurs modalités d'accréditation. Si ces trois réseaux partagent les mêmes valeurs fondamentales, ils se distinguent par leur organisation institutionnelle, leur degré de centralisation et leur ancrage dans la société civile nationale.

1. Introduction

L'UNESCO, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, dispose, à côté de son réseau de Commissions nationales, de ses écoles associées et de ses chaires universitaires, d'un tissu remarquable d'associations et de clubs. Ces structures volontaires jouent un rôle fondamental dans la diffusion à l'échelle locale des valeurs portées par l'Organisation : paix, dialogue interculturel, droits humains et développement durable.

Or, si la mission est commune à toutes, les formes organisationnelles qu'elle prend varient sensiblement selon les contextes nationaux. Une comparaison entre la France, l'Espagne et l'Allemagne permet d'illustrer cette diversité et d'en comprendre les enjeux.

2. Le réseau français des clubs pour l'UNESCO

2.1 Cadre institutionnel et accréditation

En France, les clubs pour l'UNESCO sont des associations déclarées (par exemple de type loi 1901) ou des organisations créées au sein d'établissements scolaires ou universitaires dont les candidatures ont été acceptées par un Comité d'accréditation (Commission nationale française pour l'UNESCO [CNFU], 2026). Ce Comité, dont la présidence relève exclusivement de la CNFU, réunit chaque année les parties prenantes de l'UNESCO : la Délégation permanente de la France et les ministères concernés. L'accréditation est délivrée pour une durée de trois ans, renouvelable sur délibération du Comité.

La procédure d'accréditation implique le versement de frais de dossier de 200 euros pour la première accréditation comme pour chaque renouvellement triennal. En cas de difficulté financière, le Comité peut adapter ses exigences. Par ailleurs, le Comité peut suspendre ou ne pas renouveler l'accréditation d'une structure contrevenant gravement à la charte des valeurs du réseau.

2.2 Missions et activités

Les clubs français s'engagent au service des valeurs universelles de l'UNESCO dans les domaines de l'éducation, de la culture, du patrimoine, de la solidarité et des échanges internationaux. Ils organisent des visites, des excursions, des voyages d'études, des conférences et des débats, et participent aux journées, semaines et décennies internationales proclamées par l'ONU et l'UNESCO. Ils peuvent s'appuyer sur les ressources de l'Organisation (supports pédagogiques, informatifs, événementiels) et bénéficier d'un soutien de la CNFU pour trouver des partenaires à l'international.

2.3 Gouvernance du réseau

Des réunions régionales peuvent être initiées par les clubs eux-mêmes, et une rencontre nationale annuelle peut être organisée par la CNFU, en présentiel ou à distance. Cette double articulation — locale et nationale — favorise à la fois l'autonomie des clubs et la cohérence du réseau. Les clubs informent chaque année la CNFU de leurs activités territoriales.

3. La Fédération espagnole des associations et clubs pour l'UNESCO (FECU)

3.1 Historique et fondation

En Espagne, la Federación Española de Asociaciones y Clubes para la UNESCO (FECU) a été constituée le 22 octobre 1986, avec pour vocation de partager les idéaux de l'UNESCO et de les diffuser auprès du grand public (FECU, 2026). Elle est née, selon les termes de son président Alberto Guerrero, comme « un mouvement de groupes de personnes volontaires et altruistes travaillant pour les idéaux de l'UNESCO, c'est-à-dire l'éducation, la science et la culture ». Elle célèbre en 2026 ses quarante ans d'existence.

3.2 Structure et coordination

La FECU agit comme organe fédérateur : elle potentialise les liens de coopération et coordonne les actions des associations et clubs affiliés sur l'ensemble du territoire espagnol. Le réseau regroupe environ un millier de bénévoles organisés autour de treize centres. La structure nationale s'inscrit dans un réseau international plus large : des fédérations existent dans quelque 80 États membres, avec une conférence générale bisannuelle à Paris, siège de l'UNESCO.

3.3 Missions et programmes

Les activités de la FECU couvrent un spectre large : expositions, conférences, séminaires, publications, échanges internationaux, commémorations des journées internationales des Nations Unies, et programmes d'éducation à la paix. L'un des objectifs phares défendus par la fédération est la création d'une Journée mondiale de l'éducation pour la paix, le 20 septembre. La FECU s'inscrit également dans le cadre de l'Agenda 2030 des Nations Unies sur le développement durable, contribuant à la mise en œuvre des Objectifs de développement durable (ODD).

Contrairement aux clubs français dont l'accréditation est gérée par la Commission nationale, la FECU dispose d'une structure fédérale propre et d'une visibilité institutionnelle plus autonome vis-à-vis des pouvoirs publics.

4. Le Forum des clubs UNESCO en Allemagne

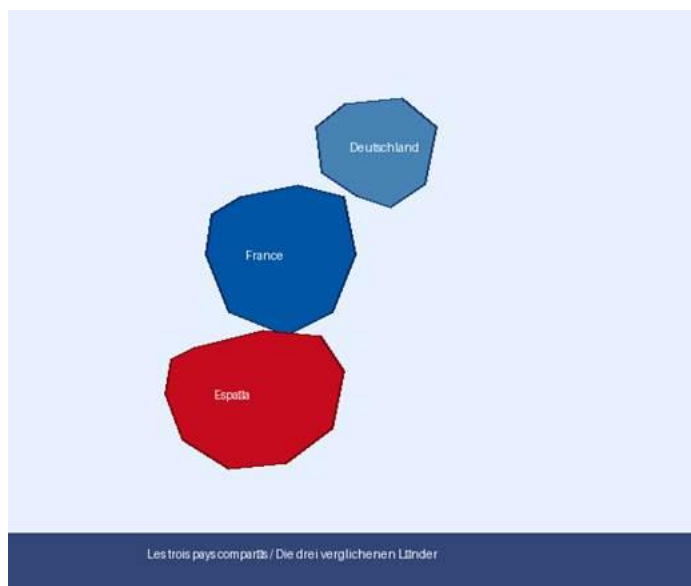


Illustration 2: Les trois pays comparés — France, Espagne, Allemagne, © schéma de l'auteure

4.1 Présentation et réseau mondial

En Allemagne, les clubs UNESCO sont réunis au sein du Forum der UNESCO-Clubs in Deutschland (Forum des clubs UNESCO en Allemagne). Selon les informations publiées sur son site officiel, la dernière liste mondiale diffusée par l'UNESCO (octobre 2021) recensait 4 192 clubs UNESCO dans 78 États membres, témoignant de l'ampleur du mouvement à l'échelle internationale (Forum der UNESCO-Clubs in Deutschland, 2024).

4.2 Organisation et fonctionnement

Les clubs UNESCO allemands sont inscrits au registre des associations et reconnus comme organisations d'utilité publique. Ils se financent par les cotisations de leurs membres, des actions de vente et des dons. En termes de structure, de composition et d'activités, ils sont relativement hétérogènes ; ce qui les unit est une conviction commune : faire connaître les idéaux et les objectifs

de l'UNESCO au sein de la population et porter assistance là où des personnes en ont besoin. Les clubs soutiennent ainsi des microprojets en Afrique, en Amérique latine, en Asie et en Europe de l'Est.

4.3 Missions et thèmes d'action

Les programmes des clubs allemands couvrent des thèmes variés en lien avec les domaines de compétence de l'UNESCO : éducation, science, culture, droits de l'homme, patrimoine culturel et développement durable. Parmi les activités récurrentes figurent les séminaires pour élèves, les voyages d'étude, la commémoration du Jour des Nations Unies, et des partenariats avec des organisations locales et internationales. Le réseau allemand se distingue notamment par son engagement dans des projets d'aide aux apprentissages (Lernpaten) et dans la protection du patrimoine culturel local.

5. Analyse comparative : convergences et divergences

Les trois réseaux partagent un même socle axiologique : promouvoir les valeurs de l'UNESCO — éducation, science, culture, paix, dialogue interculturel — auprès de la société civile. Tous s'appuient sur le bénévolat et organisent des activités allant des conférences aux échanges internationaux.

Les divergences portent principalement sur trois aspects : la structure institutionnelle, le degré de centralisation et le cadre d'accréditation.

En France, la relation entre clubs et institutions est fortement encadrée : la CNFU supervise directement l'accréditation, en lien avec la Délégation permanente et les ministères. Ce modèle garantit une certaine cohérence et un contrôle de la conformité aux valeurs de l'UNESCO, mais il implique aussi une dépendance institutionnelle marquée. En témoigne le retrait de l'accréditation de la Fédération française des clubs pour l'UNESCO (FFCU) en 2023, signe de la vigilance exercée par les autorités compétentes.

En Espagne, la FECU constitue une fédération nationale autonome, dotée de ses propres statuts, et entretient des liens directs avec les fédérations régionales, européennes et mondiales. Cette

structure décentralisée, mais fédérée à différentes échelles, lui confère une grande capacité d'initiative et une forte visibilité dans la société civile espagnole.

En Allemagne, le Forum est un réseau relativement décentralisé, fondé sur l'hétérogénéité assumée de ses membres. Sa solidité repose moins sur une organisation pyramidale que sur des valeurs communes et une base associative ancrée localement.

6. Conclusion

La comparaison des clubs pour l'UNESCO en France, en Espagne et en Allemagne révèle que des valeurs communes peuvent s'incarner dans des architectures institutionnelles très différentes. Ces différences reflètent des traditions nationales distinctes en matière d'organisation de la société civile, de rapport à l'État et de gouvernance associative. Elles constituent néanmoins une richesse: chacun des trois modèles apporte des solutions originales aux défis de la mobilisation citoyenne au service des idéaux de l'UNESCO.

Dans un contexte mondial marqué par la remise en question du multilatéralisme, ces réseaux de base jouent plus que jamais un rôle essentiel en ancrant les valeurs de l'Organisation dans le quotidien des populations européennes.

UNESCO-Clubs in Frankreich, Spanien und Deutschland: ein Vergleich zivilgesellschaftlicher Netzwerke

(Deutsche Version)



Illustration 1: Logo de la Fédération Française des Clubs pour l'UNESCO (FFCU), © FFCU

Abstract

UNESCO-Clubs bilden ein weltweites zivilgesellschaftliches Netzwerk, das die Ideale der Organisation in den Bereichen Bildung, Kultur und Wissenschaft verbreitet. Dieser Artikel vergleicht die nationalen Strukturen dreier europäischer Länder — Frankreich, Spanien und Deutschland — anhand ihrer regulatorischen Rahmenbedingungen, ihrer Aufgaben und ihrer Akkreditierungsverfahren. Alle drei Netzwerke teilen dieselben Grundwerte, unterscheiden sich jedoch in ihrer institutionellen Organisation, ihrem Zentralisierungsgrad und ihrer Verankerung in der jeweiligen Zivilgesellschaft.

1. Einleitung

Die UNESCO, Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur, verfügt neben ihrem Netzwerk nationaler Kommissionen, UNESCO-Projektschulen und Lehrstühle über ein bemerkenswertes Geflecht freiwilliger Vereine und Clubs. Diese Strukturen spielen eine grundlegende Rolle dabei, die Werte der Organisation auf lokaler Ebene zu verankern: Frieden, interkulturellen Dialog, Menschenrechte und nachhaltige Entwicklung.

Obgleich die Mission allen Clubs gemeinsam ist, variieren die organisatorischen Formen je nach nationalem Kontext erheblich. Ein Vergleich zwischen Frankreich, Spanien und Deutschland illustriert diese Vielfalt und ermöglicht ein tieferes Verständnis der jeweiligen Herausforderungen.

2. Das französische Netzwerk der UNESCO-Clubs

2.1 Institutioneller Rahmen und Akkreditierung

In Frankreich sind UNESCO-Clubs als eingetragene Vereine (z.B. nach dem Vereinsgesetz von 1901) oder als Organisationen innerhalb von Schul- oder Hochschuleinrichtungen anerkannt, deren Mitgliedschaft vom Akkreditierungsausschuss der Französischen Nationalkommission für die UNESCO (CNFU) genehmigt wurde (CNFU, 2026). Dieser Ausschuss, der ausschließlich unter dem Vorsitz der CNFU steht, trifft sich jährlich und umfasst die relevanten UNESCO-Akteure: die Ständige Vertretung Frankreichs bei der UNESCO sowie die zuständigen Ministerien. Die Akkreditierung wird für drei Jahre erteilt und kann anschließend erneuert werden.

Das Akkreditierungsverfahren umfasst eine Bearbeitungsgebühr von 200 Euro — sowohl für die Erstakkreditierung als auch für jede Erneuerung. Bei finanziellen Schwierigkeiten kann der Ausschuss Ausnahmen gewähren. Er kann die Akkreditierung einer Vereinigung auch suspendieren oder nicht erneuern, wenn diese gegen die Wertecharta des Netzwerks erheblich verstößt.

2.2 Aufgaben und Aktivitäten

Die französischen Clubs engagieren sich für die universellen Werte der UNESCO in den Bereichen Bildung, Kultur, Erbe, Solidarität und internationaler Austausch. Sie organisieren Besuche, Exkursionen, Studienreisen, Konferenzen und Debatten und nehmen an internationalen Tagen, Wochen und Jahrzehnten der UNO und der UNESCO teil. Sie können die Ressourcen der Organisation nutzen und von der Unterstützung der CNFU bei der Suche nach internationalen Partnern profitieren.

2.3 Netzwerksteuerung

Regionale Treffen können von den Clubs selbst initiiert werden, und ein jährliches nationales Treffen kann von der CNFU — in Präsenz oder digital — organisiert werden. Diese doppelte Artikulation — lokal und national — fördert sowohl die Autonomie der einzelnen Clubs als auch die Kohärenz des Gesamtnetzwerks. Jährlich informieren die Clubs die CNFU über ihre regionalen Aktivitäten.

3. Der spanische Dachverband FECU

3.1 Geschichte und Gründung

In Spanien wurde die Federación Española de Asociaciones y Clubes para la UNESCO (FECU) am 22. Oktober 1986 gegründet, mit dem Ziel, die Ideale der UNESCO zu teilen und bekannt zu machen (FECU, 2026). Nach den Worten ihres Präsidenten Alberto Guerrero entstand sie als „eine Bewegung freiwilliger und altruistischer Gruppen, die für die Ideale der UNESCO arbeiten — also für Bildung, Wissenschaft und Kultur“. Im Jahr 2026 feiert sie ihr 40-jähriges Bestehen.

3.2 Struktur und Koordination

Die FECU fungiert als förderierendes Organ: Sie stärkt die Kooperationsbeziehungen und koordiniert die Aktivitäten der angeschlossenen Vereine und Clubs im gesamten spanischen Staatsgebiet. Das Netzwerk umfasst rund tausend ehrenamtlich Tätige, die sich in dreizehn Zentren organisieren. Die nationale Struktur ist in ein größeres internationales Netzwerk eingebettet: In etwa 80 Mitgliedstaaten existieren Föderationen, mit einer alle zwei Jahre stattfindenden Generalkonferenz in Paris, dem Sitz der UNESCO.

3.3 Aufgaben und Programme

Die Aktivitäten der FECU umfassen ein breites Spektrum: Ausstellungen, Konferenzen, Seminare, Publikationen, internationale Austausche, Gedenkfeiern zu internationalen UNO-Tagen sowie Friedenserziehungsprogramme. Ein zentrales Ziel ist die Einführung eines Weltbildungstages für den Frieden am 20. September. Die FECU engagiert sich auch im Rahmen der Agenda 2030 der Vereinten Nationen zur nachhaltigen Entwicklung und trägt zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele (SDG) bei.

Im Unterschied zu den französischen Clubs, deren Akkreditierung von der Nationalkommission gesteuert wird, verfügt die FECU über eine eigene föderale Struktur und eine weitgehend autonome institutionelle Sichtbarkeit gegenüber den staatlichen Behörden.

4. Das Forum der UNESCO-Clubs in Deutschland

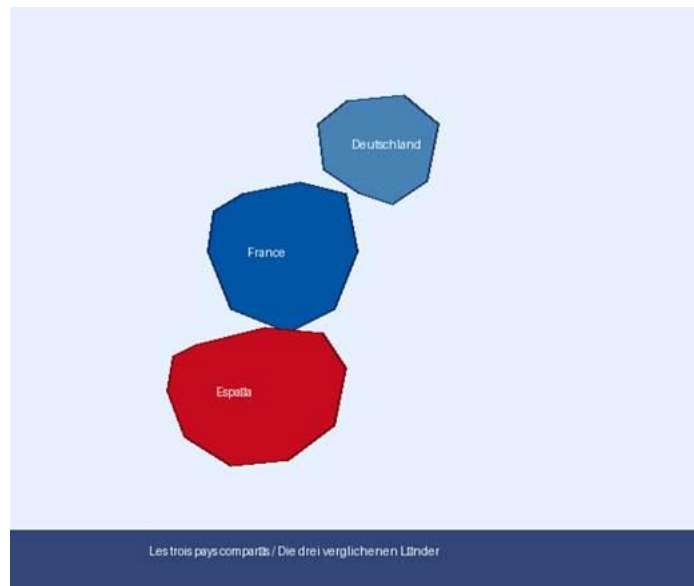


Illustration 2: Les trois pays comparés — France, Espagne, Allemagne, © schéma de l'auteure

4.1 Überblick und weltweites Netzwerk

In Deutschland sind die UNESCO-Clubs im Forum der UNESCO-Clubs in Deutschland zusammengeschlossen. Laut der zuletzt von der UNESCO verbreiteten weltweiten Liste (Oktober 2021) umfasst dieses Netzwerk insgesamt 4.192 UNESCO-Clubs in 78 Mitgliedstaaten — ein Beleg für die globale Reichweite der Bewegung (Forum der UNESCO-Clubs in Deutschland, 2024).

4.2 Organisation und Funktionsweise

Die deutschen UNESCO-Clubs sind im Vereinsregister eingetragen und als gemeinnützig anerkannt. Sie finanzieren sich durch Mitgliedsbeiträge, Verkaufsaktionen und Spenden. In ihrer Struktur, Zusammensetzung und ihren Aktivitäten sind sie recht unterschiedlich; was sie verbindet, ist der gemeinsame Anspruch, die Ideale und Ziele der UNESCO in der Bevölkerung bekannt zu machen und dort zu helfen, wo Menschen Hilfe brauchen. Die Clubs unterstützen Kleinprojekte in Afrika, Lateinamerika, Asien und Osteuropa.

4.3 Schwerpunktthemen

Die Programme der deutschen Clubs decken vielfältige Themen im Rahmen der UNESCO-Kompetenzbereiche ab: Bildung, Wissenschaft, Kultur, Menschenrechte, kulturelles Erbe und nachhaltige Entwicklung. Zu den regelmäßigen Aktivitäten gehören Schülerseminare, Studienreisen, die Begehung des Tages der Vereinten Nationen und Partnerschaften mit lokalen und internationalen Organisationen. Besonders hervorzuheben sind das Lernpaten-Programm sowie das Engagement für den Schutz lokalen Kulturerbes.

5. Vergleichende Analyse: Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Alle drei Netzwerke teilen dieselbe normative Grundlage: die Förderung der UNESCO-Werte — Bildung, Wissenschaft, Kultur, Frieden, interkultureller Dialog — in der Zivilgesellschaft. Sie alle stützen sich auf ehrenamtliches Engagement und organisieren Aktivitäten von Konferenzen bis hin zu internationalen Austauschen.

Die Unterschiede betreffen vor allem drei Aspekte: die institutionelle Struktur, den Zentralisierungsgrad und den Akkreditierungsrahmen.

In Frankreich ist die Beziehung zwischen Clubs und Institutionen stark geregelt: Die CNFU überwacht die Akkreditierung direkt, in Abstimmung mit der Ständigen Vertretung und den Ministerien. Dieses Modell gewährleistet Kohärenz und die Kontrolle der Übereinstimmung mit den UNESCO-Werten, führt aber auch zu einer ausgeprägten institutionellen Abhängigkeit. Der Entzug der Akkreditierung der Fédération française des clubs pour l'UNESCO (FFCU) im Jahr 2023 verdeutlicht die Wachsamkeit der zuständigen Behörden.

In Spanien ist die FECU ein autonomer Dachverband mit eigenen Satzungen, der direkte Verbindungen zu regionalen, europäischen und globalen Föderationen unterhält. Diese dezentrale, aber auf verschiedenen Ebenen gebündelte Struktur verleiht ihr eine große Eigeninitiative und eine starke Sichtbarkeit in der spanischen Zivilgesellschaft.

In Deutschland ist das Forum ein vergleichsweise dezentrales Netzwerk, das auf der bewusst akzeptierten Heterogenität seiner Mitglieder beruht. Seine Stärke liegt weniger in einer hierarchischen Organisation als in gemeinsamen Werten und einer lokal verankerten Vereinsbasis.

6. Fazit

Der Vergleich der UNESCO-Clubs in Frankreich, Spanien und Deutschland zeigt, dass gemeinsame Werte in sehr unterschiedlichen institutionellen Architekturen gelebt werden können. Diese Unterschiede spiegeln verschiedene nationale Traditionen in der Organisation der Zivilgesellschaft, im Verhältnis zum Staat und in der Vereinsführung wider. Sie stellen jedoch eine Bereicherung dar: Jedes der drei Modelle bietet originelle Lösungen für die Herausforderung, Bürgerinnen und Bürger im Dienst der UNESCO-Ideale zu mobilisieren.

In einem weltpolitischen Kontext, der zunehmend von Skepsis gegenüber dem Multilateralismus geprägt ist, spielen diese Basisnetzwerke eine wichtiger denn je gewordene Rolle: Sie verankern die Werte der UNESCO im Alltag der europäischen Bevölkerungen.

Literaturverzeichnis/Bibliographie:

Commission nationale française pour l'UNESCO (CNFU) (2026). Rejoignez le réseau des clubs français pour l'UNESCO. Disponible sur : <https://unesco.delegfrance.org/Rejoignez-le-reseau-des-Clubs-francais-pour-l-UNESCO-4130> [consulté le 27 mai 2026].

Federación Española de Asociaciones y Clubes para la UNESCO (FECU) (2026). Página principal. Disponible sur : <https://fecu.eu/> [consulté le 27 mai 2026].

Forum der UNESCO-Clubs in Deutschland (2024). Was sind UNESCO-Clubs? Disponible sur : <https://www.unesco-clubs.de/seite/346354/was-sind-unesco-clubs.html> [consulté le 27 mai 2026].

Guerrero Fernández, A. (cité dans Gabinete Literario). Hay que ser un poco "unesquiano" para entendernos. Disponible sur : <https://gabineteliterario.com> [consulté le 27 mai 2026].

Illustrationen:

Illustration 1: Logo de la Fédération Française des Clubs pour l'UNESCO (FFCU), © *FFCU*

Illustration 2: Les trois pays comparés — France, Espagne, Allemagne, © *schéma de l'auteure*

Stereotypen in Bezug auf Frankreich, Deutschland und Spanien im digitalen Wandel

Deutsche und französische Textversionen

(Deutsche Version)

1. Wenn Länderbilder viral gehen: Stereotype in der Generation *Social Media*

„Pünktlich und diszipliniert“, „laut und temperamentvoll“ oder „kulturell stolz und genussorientiert“ – nationale Stereotype über Deutschland, Spanien und Frankreich sind in Europa weit verbreitet. Solche Vorstellungen begegnen uns nicht nur in Gesprächen, Filmen oder Nachrichten, sondern zunehmend auch auf sozialen Medien. Plattformen wie TikTok oder Instagram prägen heute maßgeblich, wie junge Menschen andere Länder und Kulturen wahrnehmen.

Dabei stellt sich die Frage, wie diese Bilder entstehen und weitergegeben werden. Beruhen sie auf persönlichen Erfahrungen oder werden sie vor allem durch Inhalte in sozialen Medien geprägt? Die digitalen Plattformen bieten einerseits die Möglichkeit, vielfältige Einblicke in andere Lebenswelten zu erhalten und kulturelle Unterschiede differenziert kennenzulernen. Andererseits können sie bestehende Vorurteile vereinfachen, verstärken oder durch wiederkehrende Darstellungen verfestigen.

Vor diesem Hintergrund untersucht die vorliegende Studie, wie junge Erwachsene der Generationen Z und Alpha nationale Stereotype über Deutschland, Spanien und Frankreich wahrnehmen und welche Rolle soziale Medien dabei spielen. Darüber hinaus wird analysiert, inwiefern persönliche Erfahrungen mit den jeweiligen Ländern diese Wahrnehmungen beeinflussen und ob sich Unterschiede je nach Herkunft der Befragten feststellen lassen. Ziel ist es, besser zu verstehen, welchen Einfluss soziale Medien auf die Entstehung, Verbreitung und Veränderung von Länderbildern haben und ob sie eher zu einer differenzierten Sichtweise oder zur Verfestigung bestehender Stereotype beitragen.



Illustration 1: Karikaturistische Darstellungen nationaler Stereotype über Deutschland, Frankreich und Spanien. : Deutschland und Frankreich: Katharina Plischke, veröffentlicht im Beitrag „Die Beziehung zwischen Deutschland und Frankreich“ auf der Website der Ursulinenschule Hersel: <https://www.ursh.de/detail/Die-Beziehung-zwischen-Deutschland-und-Frankreich/>. Spanien: „Clichés de España“, Ecos Online, © Jotaká Illustration: <https://www.ecos-online.de/spanisch-lesen/cliches-de-espana>. Abgerufen am 10.05.2026.

2. Nationale Stereotype: Ein Blick hinter die Länderbilder

Ob „die pünktlichen Deutschen“, „die sprachstolzen Franzosen“ oder „die temperamentvollen Spanier“ – nationale Stereotype begegnen uns im Alltag ständig. Sie sind vereinfachte Vorstellungen über Gruppen von Menschen und helfen dabei, die komplexe soziale Wirklichkeit schneller einzuordnen. Nach der Bundeszentrale für politische Bildung handelt es sich um Zuschreibungen, mit denen Personen aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe bestimmte Eigenschaften zugeschrieben werden. Von Vorurteilen unterscheiden sich Stereotype dadurch, dass Letztere zunächst nicht zwingend eine wertende Komponente enthalten (vgl. Bpb 2026). Warum Menschen zu solchen Verallgemeinerungen neigen, erklärt die Sozialpsychologie unter anderem mit der Sozialen Identitätstheorie von Henri Tajfel. Demnach teilen Menschen ihre soziale Umwelt häufig in die eigene Gruppe („In-Group“) und andere Gruppen („Out-Group“) ein. Während die eigene Gruppe meist als vielfältig und differenziert wahrgenommen wird, erscheinen fremde Gruppen oft homogener, als sie tatsächlich sind. Dadurch entsteht leicht der Eindruck, alle Mitglieder einer Nation oder Kultur würden ähnliche Eigenschaften teilen (vgl. Hřebíčková & Graf 2013: 12). Dass solche Mechanismen auch heute noch wirksam sind, zeigen aktuelle Untersuchungen auf europäischer Ebene. Nationale Stereotype prägen weiterhin die gegenseitige Wahrnehmung von Ländern und beeinflussen, wie Menschen andere Nationen einschätzen (vgl. Ingenhoff, Segev & Chariatte 2020: 94). Studien weisen zudem darauf hin, dass wirtschaftlich erfolgreiche Staaten häufig positiver bewertet werden als weniger wohlhabende Länder.

Gleichzeitig erweisen sich nationale Stereotype als erstaunlich beständig, da sie tief in gesellschaftlichen Vorstellungen verankert sind (vgl. Akbik & Toenshoff 2026: 516f.).

In der Forschung werden solche vereinfachten Länderbilder häufig als Teil sogenannter „Country Images“ verstanden. Gemeint ist die allgemeine Wahrnehmung eines Landes, die oft auf wenigen, stark verallgemeinerten Vorstellungen beruht (vgl. Ingenhoff et al. 2020: 94). Solche Bilder können zwar eine erste Orientierung bieten, bergen jedoch auch Risiken: Sie blenden individuelle Unterschiede aus und reduzieren komplexe Gesellschaften auf einzelne Eigenschaften. Gerade in einer Zeit, in der soziale Medien die Wahrnehmung anderer Kulturen zunehmend beeinflussen, stellt sich daher die Frage, wie solche Stereotype entstehen, weitergegeben und möglicherweise verändert werden.

Genau hier setzt die vorliegende Untersuchung an. Im Mittelpunkt stehen die Länder Deutschland, Spanien und Frankreich, die innerhalb Europas mit besonders bekannten und weit verbreiteten nationalen Stereotypen verbunden werden. Für die Umfrage wurden daher bewusst Länderbilder ausgewählt, die vielen Menschen unmittelbar vertraut sind. Deutschland wird häufig mit Pünktlichkeit, Disziplin, Regelerorientierung oder Bierkultur assoziiert. Frankreich erscheint in populären Darstellungen oft als Land der Sprache, der Kultur und der Kulinarik – symbolisiert durch Baguette, Käse oder Wein. Spanien wiederum wird nicht selten mit Temperament, Geselligkeit, Lautstärke oder spätem Abendessen in Verbindung gebracht. Solche Vorstellungen knüpfen an sichtbare kulturelle Praktiken und Symbole an, vereinfachen jedoch zugleich die gesellschaftliche Realität erheblich. Gerade deshalb sind diese Länderbilder besonders interessant für die Untersuchung sozialer Medien. Plattformen wie TikTok oder Instagram leben von kurzen, leicht verständlichen und oft humorvollen Inhalten. Nationale Stereotype eignen sich dafür besonders gut: Sie reduzieren komplexe kulturelle Zusammenhänge auf wenige prägnante Merkmale, die von einem internationalen Publikum schnell erkannt und geteilt werden können. Ein kurzes Video über „typisch deutsche Pünktlichkeit“ oder „das späte Abendessen in Spanien“ ist innerhalb weniger Sekunden verständlich und kann Millionen von Nutzer:innen erreichen.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Rolle soziale Medien heute bei der Verbreitung solcher Länderbilder spielen. Tragen sie dazu bei, bestehende Stereotype zu festigen, oder ermöglichen sie gleichzeitig differenziertere Einblicke in andere Kulturen? Diese Frage steht im Zentrum der vorliegenden Studie.

3. Zwischen Algorithmus und Alltag: Stereotype in sozialen Medien

Im digitalen Alltag spielen soziale Medien längst eine zentrale Rolle dabei, wie wir über andere Länder denken. Online-Inhalte tragen dazu bei, Bilder von Nationen zu formen, zu verstärken oder auch zu hinterfragen. Studien zeigen, dass Medien sowohl bestehende Stereotype festigen als auch durch differenziertere Darstellungen aufbrechen können (vgl. Ingenhoff et al. 2020: 108). Gleichzeitig wird deutlich, dass digitale Medien häufig vereinfachte Vorstellungen sozialer Gruppen weitertragen und damit zu wichtigen „Übersetzungsinstanzen“ kultureller Wahrnehmung werden (vgl. Olier & Spadavecchia 2022: 11). Besonders sichtbar wird das auf Plattformen wie TikTok und Instagram, wo Länderbilder vor allem in kurzen, oft humorvollen Formaten zirkulieren. Memes, Reels oder Bild-Posts arbeiten dabei stark mit Wiedererkennbarkeit, Zuspitzung und Übertreibung. Das sorgt dafür, dass Stereotype in wenigen Sekunden verständlich sind – und genauso schnell geteilt werden. Medienwissenschaftlich betrachtet sind diese Formate besonders effektiv, weil sie komplexe Inhalte stark verdichten und dadurch sehr schnell viral gehen können. In Anlehnung an Nowotny und Reidy (2022) lassen sich vor allem Memes als digitale Inhalte beschreiben, die durch Wiederholung, Variation und schnelle Verbreitung geprägt sind. Auch wenn nicht jeder Post im engeren Sinne ein Meme ist, funktioniert vieles nach einem ähnlichen Prinzip: bekannte kulturelle Bilder werden leicht verändert aufgegriffen und im digitalen Raum erneut verbreitet.

Hinzu kommen psychologische und strukturelle Effekte der Nutzung selbst. Das Konzept der sogenannten Echo Chambers beschreibt, dass Nutzer:innen in sozialen Netzwerken vor allem Inhalte sehen, die zu ihren bestehenden Vorstellungen passen (vgl. Schmidt et al. 2021). Dadurch werden bestimmte Bilder über Länder und Gruppen immer wieder bestätigt und wirken mit der Zeit stabiler, als sie tatsächlich sind.

Auch die Logik der Plattformen spielt hier eine wichtige Rolle. Algorithmen sind darauf ausgelegt, Aufmerksamkeit und Interaktion zu maximieren. Inhalte, die emotional, humorvoll oder stark zugespitzt sind, werden deshalb bevorzugt ausgespielt. Genau hier kommen nationale Stereotype ins Spiel: Sie funktionieren wie kleine Abkürzungen im Denken, weil sie komplexe kulturelle Realitäten auf wenige, schnell verständliche Merkmale reduzieren. Wie relevant diese Mechanismen sind, zeigt auch ein Blick auf aktuelle Studien zur Mediennutzung. Laut der JIM-Studie (2024) sind digitale Medien fest im Alltag junger Menschen verankert (vgl. MPFS 2024).

Plattformen wie Instagram und TikTok gelten dabei als zentrale Sozialisationsräume, in denen junge Menschen regelmäßig mit Länderbildern und Stereotypen in Kontakt kommen. Auch das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) kommt zu dem Ergebnis, dass soziale Medien heute eine wichtige Rolle in der Bildung von Einstellungen und Weltbildern spielen, wobei Algorithmen dazu beitragen können, vereinfachte Sichtweisen zu verstärken (vgl. MaLisa Stiftung 2026).

Wie sich das konkret zeigt, lässt sich gut an typischen Beiträgen auf Instagram oder TikTok beobachten. Dort wird Deutschland häufig mit Pünktlichkeit, Regelbewusstsein, Disziplin, Bierkultur oder Klischees wie „Sandalen mit Socken“ verbunden. Frankreich erscheint oft über Sprache, Kulturstolz sowie kulinarische Symbole wie Baguette, Käse und Wein. Spanien wird dagegen häufig mit Temperament, Lautstärke, einem flexibleren Zeitgefühl und späten Essenszeiten assoziiert. Diese Beispiele sind keine systematische Analyse, zeigen aber sehr deutlich, welche Bilder online besonders präsent sind. Auffällig ist dabei, dass solche Inhalte selten als ernsthafte Aussagen auftreten, sondern meist als Humor, Ironie oder Alltagsbeobachtung verpackt sind. Genau das macht sie auf den ersten Blick unproblematisch. Gleichzeitig kann dadurch eine schleichende Normalisierung entstehen: Wenn bestimmte Bilder immer wieder im Feed auftauchen, wirken sie irgendwann selbstverständlich. So können sich Stereotype unbewusst verfestigen – auch wenn sie ursprünglich als Witz gemeint waren.

Gleichzeitig ist dieser Prozess nicht einseitig. Soziale Medien sind nicht nur Räume der Reproduktion, sondern auch der Kritik. Viele Nutzer:innen hinterfragen stereotype Darstellungen, kommentieren sie kritisch oder brechen sie bewusst ironisch auf. Dadurch entsteht eine ambivalente Dynamik: Digitale Plattformen verbreiten Stereotype schnell und breit, machen sie durch ihre Sichtbarkeit aber gleichzeitig auch angreifbar und diskutierbar.

4. Die Online-Umfrage: Aufbau und Vorgehen der Studie

Um die Forschungsfrage zu beantworten, wurde eine standardisierte Online-Umfrage durchgeführt. Dieses quantitative Forschungsdesign eignet sich besonders gut, um Einstellungen, Wahrnehmungen und Meinungsbilder innerhalb einer größeren Gruppe vergleichbar zu erfassen – und das in relativ kurzer Zeit. Die Untersuchung richtete sich gezielt an junge Menschen und junge Erwachsene der Generation Z und Alpha, vor allem aus einem schulischen und universitären

Umfeld. Dadurch sollte ein Einblick in eine Zielgruppe gewonnen werden, die soziale Medien intensiv nutzt und gleichzeitig regelmäßig mit internationalen Inhalten in Kontakt kommt. Befragt wurden Teilnehmende aus Deutschland, Spanien und Frankreich, um eine vergleichende Perspektive zwischen den drei Ländern zu ermöglichen. Der Fragebogen wurde über universitäre Verteiler sowie persönliche Netzwerke verbreitet. Damit handelt es sich um eine sogenannte Gelegenheitsstichprobe, also eine nicht-zufällige Auswahl von Teilnehmenden, die über leicht zugängliche Kanäle erreicht wurden.

Inhaltlich war der Fragebogen in mehrere Abschnitte gegliedert. Zunächst wurden grundlegende Angaben zur Person erhoben, etwa Alter, Geschlecht und Nationalität. Anschließend folgten Fragen zur Nutzung sozialer Medien, insbesondere zur Häufigkeit der Nutzung und zur Bedeutung einzelner Plattformen wie TikTok und Instagram. Ein zusätzlicher Abschnitt erfasste, inwiefern sich die Befragten selbst als sensibel gegenüber Vorurteilen und stereotypen Darstellungen im Internet einschätzen. Im Zentrum der Untersuchung stand die Frage, inwiefern typische nationale Stereotype von den Teilnehmenden geteilt oder abgelehnt werden. Dazu wurden konkrete Aussagen vorgelegt, etwa dass „Deutsche sehr pünktlich seien“, „Franzosen besonders stolz auf ihre Sprache und Kultur seien“ oder „Spanier sehr spät am Abend essen“. Die Teilnehmenden konnten angeben, inwieweit sie diesen Aussagen zustimmen.

Ergänzend dazu wurden offene Fragen eingesetzt, um die quantitativen Ergebnisse zu vertiefen. Hier konnten die Befragten eigene Erfahrungen schildern und reflektieren, ob und wie soziale Medien ihrer Meinung nach nationale Stereotype verstärken, abschwächen oder kritisch hinterfragen. Diese Kombination aus geschlossenen und offenen Fragen ermöglicht es, sowohl statistische Trends als auch individuelle Deutungsmuster sichtbar zu machen.

5. Scrollen, klicken, glauben? Ergebnisse aus der Umfrage

An der Online-Umfrage nahmen insgesamt 49 Personen teil. Die Stichprobe besteht überwiegend aus jungen Erwachsenen, wobei die Mehrheit Deutsch als Nationalität angab, ergänzt durch kleinere Gruppen aus Frankreich und Spanien. Beim Geschlecht dominieren weibliche Teilnehmende (37 weiblich, 11 männlich, 1 divers). Altersmäßig liegt der Schwerpunkt klar auf den 18- bis 25-Jährigen. Ein Blick auf die Social-Media-Nutzung zeigt deutlich die Relevanz

visueller Plattformen. Instagram wurde mit 46 Nennungen am häufigsten genannt, gefolgt von YouTube und TikTok (je 30) sowie Snapchat (27). Deutlich weniger genutzt werden Facebook, Twitter/X und andere Plattformen. Da Mehrfachnennungen möglich waren, spiegeln die Ergebnisse vor allem die alltägliche Medienumgebung der Befragten wider – insbesondere Plattformen, auf denen kurze, visuelle Inhalte dominieren. Auf die offene Frage „Welche Stereotype über Deutschland, Spanien und Frankreich kennst du?“ zeigen die Antworten ein klares Muster: Es werden überwiegend bekannte nationale Stereotype reproduziert. Deutschland wird mit Pünktlichkeit, Ordnung, Strenge und Bierkonsum verbunden. Frankreich erscheint vor allem über Mode, Gastronomie, Baguette, Nationalstolz sowie die Annahme geringerer Fremdsprachenkompetenz. Spanien wird mit Temperament, Lautstärke, Unpünktlichkeit, Feierkultur und einem entspannten Lebensstil assoziiert. Gleichzeitig zeigen einzelne Antworten bereits eine reflektierende Distanz, etwa durch Aussagen wie „natürlich alles Quatsch!!!“ oder „sympathiques lorsque l’on apprend à les connaître“.

Die geschlossene Abfrage bestätigt diese Tendenzen in unterschiedlicher Stärke. Für Deutschland dominiert insbesondere das Stereotyp der Pünktlichkeit mit rund 69 % Zustimmung (36,7 % voll / 32,7 % eher), während nur 6,1 % ablehnen. Auch die Regelorientierung wird von etwa drei Vierteln bestätigt (49 % eher / 26,5 % voll). Der Bierkonsum fällt dagegen ambivalenter aus (ca. 53 % Zustimmung, 32,7 % neutral, 14,3 % Ablehnung).



11. Deutsche sind sehr pünktlich. Les Allemands sont très ponctuels.

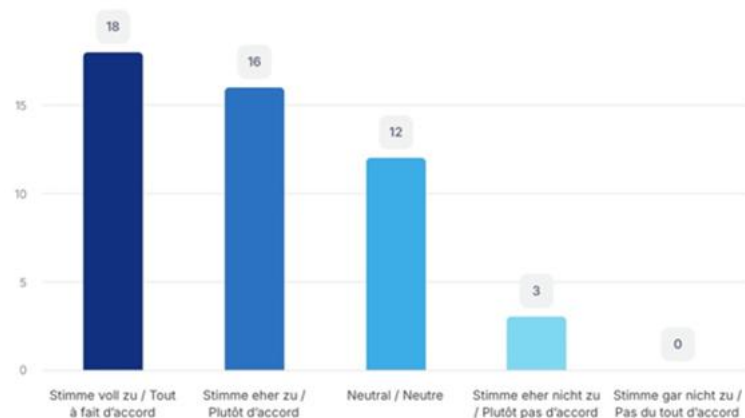


Illustration 2: Stereotyp deutscher Pünktlichkeit im Vergleich mit dem Umfrageergebnis zur Aussage „Deutsche sind sehr pünktlich“ / „Les Allemands sont très ponctuels“: Links: TikTok-Beitrag von @einedeutschefrau, 27.09.2025, Screenshot. Rechts: Eigene Darstellung auf Basis der Online-Umfrage, n = 49.

Für Frankreich zeigt sich ein gemischteres Bild: Die Aussage zur geringen Fremdsprachenaffinität wird klar bestätigt (49 % eher / 26,5 % voll, 6,1 % Ablehnung), ebenso der nationale Stolz mit über 85 % Zustimmung (49 % eher / 36,7 % voll). Die Ess- und Trinkgewohnheiten sind hingegen deutlich uneindeutiger (36,7 % neutral, 28,6 % eher, 12,2 % voll Zustimmung, über 20 % Ablehnung).



16. Franzosen essen viel Baguette und Käse und trinken viel Wein. Les Français mangent beaucoup de baguette et de fromage et boivent beaucoup de vin.

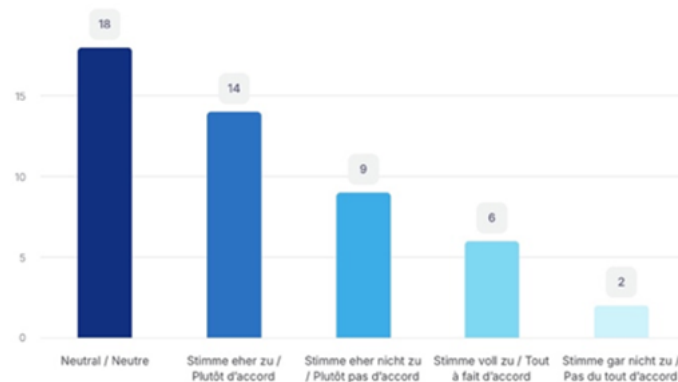


Illustration 3: Darstellung französischer Stereotype in sozialen Medien und Umfrageergebnis zur Aussage „Franzosen essen viel Baguette und Käse und trinken viel Wein“ / „Les Français mangent beaucoup de baguette et de fromage et boivent beaucoup de vin“ : Social-Media-Screenshot, Account @francaisavecipc, Instagram, Screenshot/Abrufdatum: 02.05.2026. Quelle rechts: Eigene Darstellung auf Basis der Online-Umfrage, n = 49.

Bei Spanien ist die Zustimmung insgesamt am stärksten ausgeprägt. Lautstärke und Temperament werden von rund drei Vierteln bestätigt (51 % eher / 24,5 % voll), ebenso die Unpünktlichkeit (49 % eher / 16,3 % voll). Besonders eindeutig ist das Stereotyp zu Essenszeiten mit fast 80 % Zustimmung (40,8 % voll / 38,8 % eher).

hat nichts mit der Persönlichkeit zu tun.“ Insgesamt zeigt sich hier eine klare Tendenz zur kritischen Reflexion nationaler Stereotype.

Die französischsprachigen Antworten fallen ambivalenter aus. Während einzelne Befragte Stereotype zurückweisen („Pas encore“), bestätigen andere sie ausdrücklich („Non, au contraire, la plupart des mes expériences m'ont permis de confirmer ces stéréotypes!“). Teilweise werden differenzierende Beispiele genannt, etwa offene oder fremdsprachenfreundliche Personen, gleichzeitig wird aber auch betont, dass bestimmte Stereotype als zutreffend wahrgenommen werden, insbesondere im Hinblick auf Deutschland: „La plupart des stéréotypes sont vrais à propos des Allemands. À mon avis, ils mènent une vie très bien organisée.“ Insgesamt ergibt sich eine eher bestätigende, aber nicht einheitliche Haltung.

Auf die Frage „Glaubst du, dass soziale Medien Stereotype eher verstärken, abschwächen oder differenzieren?“ zeigt sich insgesamt ein klares, aber differenziertes Bild: Über alle Gruppen hinweg überwiegt die Einschätzung, dass soziale Medien Stereotype eher verstärken. Begründet wird dies vor allem mit algorithmisch gesteuerten Inhalten, die emotionale, humorvolle oder polarisierende Beiträge bevorzugen. Dadurch werden vereinfachte Darstellungen häufiger sichtbar. Auch Formate wie Memes oder kurze Videos tragen dazu bei, da sie stereotype Bilder gezielt zuspitzen, etwa: „Stereotype werden oft überspitzt und witzig dargestellt, sodass eine höhere Reichweite generiert wird und viele unterschiedliche Menschen diese Videos sehen“ oder „Algorithmen bevorzugen einfache, emotionale und lustige Inhalte. Menschen sehen oft nur extreme Beispiele, die im Kopf hängen bleiben“. Zusätzlich werden Wiederholungseffekte, unreflektierter Konsum sowie sogenannte „Bubbles“ als verstärkende Faktoren genannt, die einseitige Wahrnehmungen begünstigen. Gleichzeitig betonen viele Befragte die Ambivalenz sozialer Medien: Sie können Stereotype nicht nur verstärken, sondern auch relativieren oder aufbrechen. Als wichtige Gegenmechanismen werden persönliche Erfahrungsberichte, Aufklärungscontent und Einblicke in den Alltag anderer Kulturen genannt, etwa: „Grâce aux vidéos, aux témoignages et aux échanges avec des personnes de différents pays, on découvre souvent une réalité plus variée que les clichés habituels“ oder „Andererseits werden Stereotype auch manchmal abgeschwächt, zum Beispiel indem andere Leute ihre persönlichen Erfahrungen beschreiben, die sich von den Stereotypen unterscheiden“.

Insgesamt entsteht damit ein klares Spannungsfeld: Soziale Medien werden überwiegend als Verstärker von Stereotypen wahrgenommen, zugleich aber als Raum, in dem diese auch hinterfragt und relativiert werden können. Ihre Wirkung erscheint damit stark abhängig von Nutzung, Inhalt und Kontext.

6. Sichtbar, verstärkt, hinterfragt: Was soziale Medien bewirken

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass nationale Stereotype über Deutschland, Spanien und Frankreich unter den Befragten weiterhin klar präsent sind. Besonders verbreitet sind dabei solche Zuschreibungen, die an leicht erkennbare Alltagsbilder anknüpfen: Deutschland wird vor allem mit Pünktlichkeit und Regelerorientierung verbunden, Frankreich mit Sprache, Kulturstolz und kulinarischen Symbolen und Spanien mit Temperament, Unpünktlichkeit sowie späten Essenszeiten. Damit bestätigt sich, dass nationale Stereotype vor allem dann stabil bleiben, wenn sie komplexe Realitäten auf wenige, einprägsame Merkmale reduzieren.

Bezogen auf die Forschungsfrage zeigt sich, dass soziale Medien eine zentrale Rolle bei der Verbreitung dieser Länderbilder spielen. Plattformen wie Instagram, TikTok oder YouTube werden von den Befragten als Räume beschrieben, in denen stereotype Darstellungen durch kurze Videos, Memes und humorvolle Inhalte regelmäßig aufgegriffen und reproduziert werden. Dadurch werden bestehende Stereotype sichtbarer und können sich im Alltag junger Menschen verfestigen.

Gleichzeitig machen die Ergebnisse deutlich, dass soziale Medien nicht ausschließlich als Verstärker wirken. Neben der Reproduktion stereotypischer Bilder bieten sie auch Potenzial zur Differenzierung, etwa durch persönliche Erfahrungsberichte, Aufklärungsinhalte oder Einblicke in andere Lebensrealitäten. Auch direkte Begegnungen mit Menschen aus den untersuchten Ländern spielen eine wichtige Rolle, da sie bestehende Vorstellungen sowohl bestätigen als auch relativieren oder hinterfragen können. Insgesamt lässt sich die Forschungsfrage daher ambivalent beantworten: Soziale Medien erzeugen nationale Stereotype nicht neu, sondern greifen bestehende Länderbilder auf, verbreiten sie weiter und erhöhen ihre Sichtbarkeit. Gleichzeitig eröffnen sie Räume, in denen diese Bilder reflektiert, ironisch gebrochen oder differenziert werden können. Ihre Wirkung ist damit kontextabhängig und keineswegs eindeutig.

Einschränkend ist zu berücksichtigen, dass die Untersuchung auf einer kleinen Gelegenheitsstichprobe basiert und daher nicht repräsentativ ist. Dennoch verdeutlichen die Ergebnisse, dass nationale Stereotype im digitalen Alltag junger Menschen weiterhin eine relevante Rolle spielen und eng mit der Nutzung sozialer Medien verknüpft sind.

(Französische Version)

Les stéréotypes sur l'Allemagne, l'Espagne et la France dans le contexte de la transition digitale

1. Quand les images des pays deviennent virales : les stéréotypes à l'ère des réseaux sociaux

« Ponctuels et disciplinés », « bruyants et passionnés » ou encore « fiers de leur culture et amateurs de bonne cuisine » – les stéréotypes nationaux concernant l'Allemagne, l'Espagne et la France sont largement répandus en Europe. Ces représentations ne circulent pas seulement dans les conversations, les films ou les médias d'information, mais de plus en plus également sur les réseaux sociaux. Des plateformes comme TikTok ou Instagram influencent aujourd'hui de manière décisive la façon dont les jeunes perçoivent les autres pays et cultures. Dans ce contexte, une question centrale se pose : comment ces images se forment-elles et se transmettent-elles ? Sont-elles issues d'expériences personnelles ou principalement façonnées par les contenus diffusés sur les réseaux sociaux ? D'un côté, les plateformes numériques offrent la possibilité d'accéder à des perspectives variées et de découvrir d'autres réalités culturelles de manière différenciée. De l'autre, elles peuvent simplifier, renforcer ou stabiliser des préjugés existants à travers des représentations répétées.

Dans cette perspective, la présente étude analyse la manière dont les jeunes adultes des générations Z et Alpha perçoivent les stéréotypes nationaux concernant l'Allemagne, l'Espagne et la France, ainsi que le rôle joué par les réseaux sociaux dans ce processus. Elle examine également dans quelle mesure les expériences personnelles avec ces pays influencent ces perceptions et s'il existe des différences selon l'origine des personnes interrogées. L'objectif est de mieux comprendre l'impact des réseaux sociaux sur la formation, la diffusion et la transformation des images nationales, et de déterminer s'ils contribuent plutôt à une vision différenciée ou à la consolidation des stéréotypes existants.



Illustration 1: Karikaturistische Darstellungen nationaler Stereotype über Deutschland, Frankreich und Spanien. : Deutschland und Frankreich: Katharina Plischke, veröffentlicht im Beitrag „Die Beziehung zwischen Deutschland und Frankreich“ auf der Website der Ursulinenschule Hersel: <https://www.ursh.de/detail/Die-Beziehung-zwischen-Deutschland-und-Frankreich/>. Spanien: „Clichés de España“, Ecos Online, © Jotaká Illustration: <https://www.ecos-online.de/spanisch-lesen/cliches-de-espana>. Abgerufen am 10.05.2026.

2. Les stéréotypes nationaux : un regard derrière les images des pays

Qu’il s’agisse des « Allemands ponctuels », des « Français fiers de leur langue » ou des « Espagnols passionnés », les stéréotypes nationaux sont omniprésents dans la vie quotidienne. Il s’agit de représentations simplifiées de groupes de personnes qui permettent de réduire la complexité de la réalité sociale. La Bundeszentrale für politische Bildung les définit comme des attributions par lesquelles des caractéristiques sont associées à des individus en fonction de leur appartenance à un groupe donné. Les stéréotypes se distinguent des préjugés en ce que ces derniers impliquent en général une dimension évaluative, ce qui n’est pas nécessairement le cas des stéréotypes (cf. Bpb 2026). Le fait que les individus aient tendance à recourir à de telles généralisations s’explique notamment par la théorie de l’identité sociale développée par Henri Tajfel. Selon cette approche, les individus divisent souvent leur environnement social en un groupe d’appartenance (« in-group ») et des groupes extérieurs (« out-group »). Alors que le groupe auquel on appartient est généralement perçu comme diversifié et nuancé, les groupes extérieurs tendent à être perçus comme plus homogènes qu’ils ne le sont en réalité. Cela conduit facilement à l’idée que tous les membres d’une nation ou d’une culture partagent des caractéristiques similaires (cf. Hřebíčková & Graf 2013: 12).

Le caractère persistant de ces mécanismes est confirmé par des recherches récentes à l'échelle européenne. Les stéréotypes nationaux continuent d'influencer la perception mutuelle des pays et la manière dont les individus évaluent les autres nations (cf. Ingenhoff, Segev & Chariatte 2020: 94). Des études montrent également que les pays économiquement plus puissants sont souvent évalués plus positivement que les pays moins prospères. Par ailleurs, les stéréotypes nationaux se révèlent relativement stables, car ils sont profondément ancrés dans les représentations sociales (cf. Akbik & Toenshoff 2026: 516f.). Dans la recherche, ces images simplifiées des pays sont souvent regroupées sous le concept de « country images ». Celui-ci désigne la perception générale d'un pays, fréquemment basée sur des représentations fortement simplifiées et généralisées (cf. Ingenhoff et al. 2020: 94). Ces images peuvent offrir une première orientation, mais elles comportent également des risques : elles effacent les différences individuelles et réduisent des sociétés complexes à quelques caractéristiques isolées. Dans un contexte où les réseaux sociaux influencent de plus en plus la perception des cultures, se pose donc la question de savoir comment ces stéréotypes se forment, se diffusent et évoluent éventuellement.

C'est précisément à ce niveau que s'inscrit la présente étude. Elle se concentre sur l'Allemagne, l'Espagne et la France, trois pays européens particulièrement associés à des stéréotypes nationaux largement répandus et facilement reconnaissables. Les images mobilisées dans le cadre de l'enquête ont donc été choisies de manière ciblée, car elles sont familières à un large public. L'Allemagne est souvent associée à la ponctualité, la discipline, le respect des règles ou encore à la culture de la bière. La France apparaît fréquemment dans les représentations populaires comme le pays de la langue, de la culture et de la gastronomie, symbolisé par le pain, le fromage ou le vin. L'Espagne, quant à elle, est régulièrement liée au tempérament, à la convivialité, au bruit ou encore à des horaires de repas tardifs. Ces représentations s'appuient sur des pratiques et symboles culturels visibles, mais elles simplifient fortement la réalité sociale de ces pays. C'est pourquoi, ces images nationales sont particulièrement intéressantes dans le contexte des réseaux sociaux. Des plateformes comme TikTok ou Instagram reposent sur des contenus courts, facilement compréhensibles et souvent humoristiques. Les stéréotypes nationaux s'y prêtent particulièrement bien, car ils réduisent des réalités culturelles complexes à quelques traits marquants, immédiatement identifiables et partageables à l'échelle internationale. Une courte vidéo sur la « ponctualité allemande » ou le « dîner tardif en Espagne » peut être comprise en quelques secondes et atteindre des millions d'utilisateurs.

Dans ce contexte, une question centrale se pose : quel rôle jouent aujourd’hui les réseaux sociaux dans la diffusion de ces images nationales ? Contribuent-ils à renforcer les stéréotypes existants, ou permettent-ils au contraire de proposer des perspectives plus nuancées sur les autres cultures ? Cette question constitue le cœur de la présente étude.

3. Entre algorithmes et quotidien : les stéréotypes sur les réseaux sociaux

Dans le quotidien numérique, les réseaux sociaux jouent aujourd’hui un rôle central dans la manière dont nous percevons d’autres pays. Les contenus en ligne contribuent à construire, renforcer ou parfois aussi questionner les représentations nationales. Les recherches montrent que les médias peuvent à la fois consolider des stéréotypes existants et, à l’inverse, les remettre en question grâce à des représentations plus nuancées (cf. Ingenhoff et al. 2020: 108). Dans le même temps, il apparaît que les médias numériques participent souvent à la diffusion d’images simplifiées de groupes sociaux, devenant ainsi des relais essentiels de la perception culturelle (cf. Olier & Spadavecchia 2022: 11).

Ce phénomène est particulièrement visible sur des plateformes comme TikTok et Instagram, où les représentations des pays circulent surtout sous forme de contenus courts et souvent humoristiques. Les mèmes, les reels ou les posts reposent fortement sur la reconnaissance immédiate, la simplification et l’exagération. Cela permet aux stéréotypes d’être compris en quelques secondes, puis partagés tout aussi rapidement. D’un point de vue en sciences des médias, ces formats sont particulièrement efficaces car ils condensent fortement des contenus complexes et peuvent ainsi se diffuser très rapidement de manière virale. En référence à Nowotny et Reidy (2022), les mèmes peuvent être compris comme des contenus numériques caractérisés par la répétition, la variation et une circulation rapide. Même si tous les posts ne sont pas des mèmes au sens strict, beaucoup fonctionnent selon une logique similaire : des images culturelles connues sont reprises, légèrement modifiées, puis réinsérées dans l’espace numérique.

À cela s’ajoutent des effets psychologiques et structurels liés à l’usage des plateformes. Le concept de « chambres d’écho » (echo chambers) désigne le fait que les utilisateur·rice·s sont principalement exposés à des contenus qui confirment leurs représentations existantes (cf. Schmidt et al. 2021). Cela contribue à répéter et stabiliser certaines images des pays et des groupes sociaux, qui apparaissent alors plus homogènes qu’elles ne le sont réellement. La logique propre aux

plateformes joue également un rôle important. Les algorithmes sont conçus pour maximiser l'attention et l'interaction. Les contenus émotionnels, humoristiques ou fortement simplifiés sont donc davantage mis en avant. Les stéréotypes nationaux s'y prêtent particulièrement bien, car ils fonctionnent comme des raccourcis cognitifs : ils réduisent des réalités culturelles complexes à quelques traits immédiatement compréhensibles.

L'importance de ces mécanismes est confirmée par les études récentes sur les usages médiatiques. Selon la JIM-Studie (2024), les médias numériques font pleinement partie du quotidien des jeunes (cf. MPFS 2024). Des plateformes comme Instagram et TikTok constituent ainsi des espaces majeurs de socialisation, où les jeunes sont régulièrement confrontés à des images de pays et à des stéréotypes. L'Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) souligne également que les réseaux sociaux jouent aujourd'hui un rôle central dans la formation des opinions et des représentations du monde, les algorithmes contribuant à renforcer des visions simplifiées de la réalité (cf. MaLisa Stiftung 2026). Cette dynamique se retrouve clairement dans l'observation de contenus typiques sur Instagram ou TikTok. L'Allemagne y est souvent associée à la ponctualité, au respect des règles, à la discipline, à la culture de la bière ou encore à des clichés comme les « chaussettes avec des sandales ». La France apparaît fréquemment à travers la langue, la fierté culturelle et des symboles culinaires tels que la baguette, le fromage ou le vin. L'Espagne est quant à elle souvent associée au tempérament, au bruit, à une gestion plus flexible du temps et à des repas tardifs. Ces exemples ne constituent pas une analyse systématique, mais ils illustrent clairement les images les plus présentes en ligne. Il est frappant de constater que ces contenus apparaissent rarement sous forme d'affirmations sérieuses, mais plutôt comme des blagues, de l'ironie ou des observations du quotidien. Cela les rend, à première vue, relativement anodins. Cependant, ce cadrage humoristique peut entraîner une normalisation progressive : lorsque certaines images apparaissent de manière répétée dans les fils d'actualité, elles finissent par sembler évidentes. Les stéréotypes peuvent ainsi se stabiliser inconsciemment, même lorsqu'ils sont initialement produits sur le mode de la plaisanterie.

En même temps, ce processus n'est pas unidirectionnel. Les réseaux sociaux ne sont pas seulement des espaces de reproduction, mais aussi de critique. De nombreux utilisateur·rice·s remettent en question les représentations stéréotypées, les commentent de manière critique ou les détournent volontairement par l'ironie. Il en résulte une dynamique ambivalente : les plateformes numériques

diffusent rapidement et largement les stéréotypes, mais les rendent aussi visibles et donc potentiellement contestables et discutables.

4. L'enquête en ligne : structure et démarche de l'étude

Afin de répondre à la question de recherche, une enquête en ligne standardisée a été réalisée. Ce design de recherche quantitatif est particulièrement adapté pour saisir de manière comparable les attitudes, perceptions et représentations au sein d'un groupe plus large, et ce dans un laps de temps relativement court. L'étude s'adressait spécifiquement aux jeunes et jeunes adultes des générations Z et Alpha, principalement issus d'un environnement scolaire et universitaire. L'objectif était ainsi d'obtenir un aperçu d'un public qui utilise intensivement les réseaux sociaux tout en étant régulièrement exposé à des contenus internationaux. Des participant·e·s originaires d'Allemagne, de France et d'Espagne ont été interrogés afin de permettre une perspective comparative entre ces trois pays. Le questionnaire a été diffusé via des canaux universitaires ainsi que des réseaux personnels. Il s'agit donc d'un échantillonnage dit de convenance, c'est-à-dire une sélection non aléatoire de participant·e·s recrutés par des voies facilement accessibles. Le questionnaire était structuré en plusieurs sections. Dans un premier temps, des données sociodémographiques de base ont été recueillies, telles que l'âge, le sexe et la nationalité. Ensuite, des questions portaient sur l'utilisation des réseaux sociaux, notamment la fréquence d'utilisation et l'importance de certaines plateformes comme TikTok et Instagram. Une section supplémentaire visait à évaluer dans quelle mesure les répondant·e·s se considèrent sensibles aux préjugés et aux représentations stéréotypées en ligne.

Au cœur de l'enquête se trouvait la question de savoir dans quelle mesure les stéréotypes nationaux sont partagés ou rejetés par les participant·e·s. À cette fin, des affirmations concrètes leur ont été proposées, telles que « les Allemands sont très ponctuels », « les Français sont particulièrement fiers de leur langue et de leur culture » ou encore « les Espagnols dînent très tard ». Les participant·e·s pouvaient indiquer leur degré d'accord avec ces propositions. Des questions ouvertes ont également été intégrées afin d'approfondir les résultats quantitatifs. Les répondant·e·s pouvaient y décrire leurs propres expériences et réfléchir à la manière dont, selon eux, les réseaux sociaux renforcent, affaiblissent ou remettent en question les stéréotypes nationaux. Cette combinaison de questions fermées et ouvertes permet de faire apparaître à la fois des tendances statistiques et des modes d'interprétation individuels.

5. Scroller, cliquer, croire ? Résultats de l'enquête

Au total, 49 personnes ont participé à l'enquête en ligne. L'échantillon est majoritairement composé de jeunes adultes, la majorité ayant indiqué l'allemand comme nationalité, complétée par de plus petits groupes issus de France et d'Espagne. Concernant le genre, les participantes féminines sont majoritaires (37 femmes, 11 hommes, 1 personne diverse). Sur le plan de l'âge, la tranche des 18–25 ans est clairement dominante. L'analyse de l'utilisation des réseaux sociaux montre l'importance des plateformes visuelles. Instagram est le plus cité avec 46 mentions, suivi de YouTube et TikTok (30 chacun), puis Snapchat (27). Facebook, Twitter/X et d'autres plateformes sont nettement moins utilisés. Comme plusieurs réponses étaient possibles, ces résultats reflètent avant tout l'environnement médiatique quotidien des participant·e·s, notamment des plateformes centrées sur des contenus courts et visuels.

À la question ouverte « Quels stéréotypes connais-tu sur l'Allemagne, l'Espagne et la France ? », les réponses montrent un schéma clair : les stéréotypes nationaux connus sont largement reproduits. L'Allemagne est associée à la ponctualité, l'ordre, la discipline et la consommation de bière. La France apparaît surtout à travers la mode, la gastronomie, la baguette, la fierté nationale ainsi qu'une compétence perçue comme plus faible en langues étrangères. L'Espagne est associée au tempérament, au bruit, au manque de ponctualité, à la culture festive et à un mode de vie plus détendu. Dans le même temps, certaines réponses montrent déjà une distance réflexive, par exemple à travers des affirmations telles que « natürlich alles Quatsch!!! » ou « sympathiques lorsque l'on apprend à les connaître ».

Les questions fermées confirment ces tendances avec des intensités variables. Pour l'Allemagne, le stéréotype de la ponctualité domine avec environ 69 % d'accord (36,7 % tout à fait / 32,7 % plutôt), tandis que seulement 6,1 % s'y opposent. L'orientation vers les règles est également confirmée par environ trois quarts des répondant·e·s (49 % plutôt / 26,5 % tout à fait). La consommation de bière est plus ambivalente (environ 53 % d'accord, 32,7 % neutres, 14,3 % de désaccord).



11. Deutsche sind sehr pünktlich. Les Allemands sont très ponctuels.

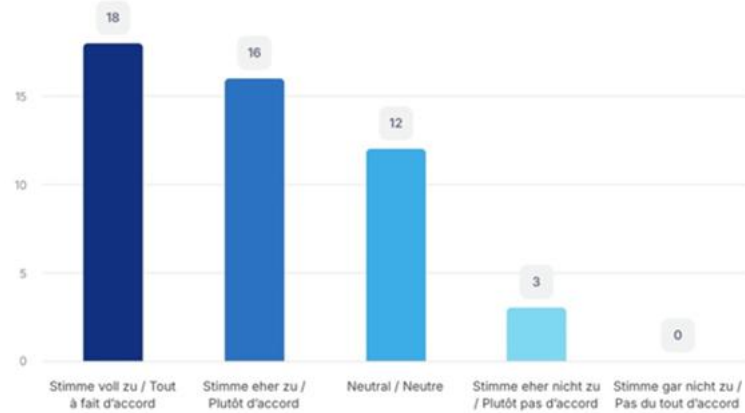


Illustration 2: Stereotyp deutscher Pünktlichkeit im Vergleich mit dem Umfrageergebnis zur Aussage „Deutsche sind sehr pünktlich“ / „Les Allemands sont très ponctuels“: Links: TikTok-Beitrag von @einedeutschefrau, 27.09.2025, Screenshot. Rechts: Eigene Darstellung auf Basis der Online-Umfrage, $n = 49$.

Pour la France, les résultats sont plus nuancés : l'idée d'une faible affinité avec les langues étrangères est clairement confirmée (49 % plutôt / 26,5 % tout à fait, 6,1 % de désaccord), tout comme la fierté nationale avec plus de 85 % d'accord (49 % plutôt / 36,7 % tout à fait). En revanche, les habitudes alimentaires sont nettement plus partagées (36,7 % neutres, 28,6 % plutôt d'accord, 12,2 % tout à fait d'accord, plus de 20 % de désaccord).



16. Franzosen essen viel Baguette und Käse und trinken viel Wein. Les Français mangent beaucoup de baguette et de fromage et boivent beaucoup de vin.

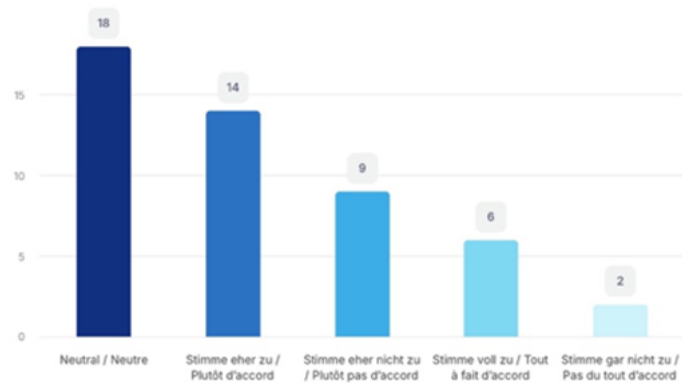


Illustration 3: Darstellung französischer Stereotype in sozialen Medien und Umfrageergebnis zur Aussage „Franzosen essen viel Baguette und Käse und trinken viel Wein“ / „Les Français mangent beaucoup de baguette et de fromage et boivent beaucoup de vin“. : Social-Media-Screenshot, Account @francaisavecipc, Instagram, Screenshot/Abrufdatum: 02.05.2026. Quelle rechts: Eigene Darstellung auf Basis der Online-Umfrage, n = 49.

Pour l'Espagne, l'accord est globalement le plus élevé. Le tempérament et le bruit sont confirmés par environ trois quarts des répondant·e·s (51 % plutôt / 24,5 % tout à fait), tout comme le manque de ponctualité (49 % plutôt / 16,3 % tout à fait).



18. Spanier sind oft unpünktlich. Les Espagnols sont souvent en retard.

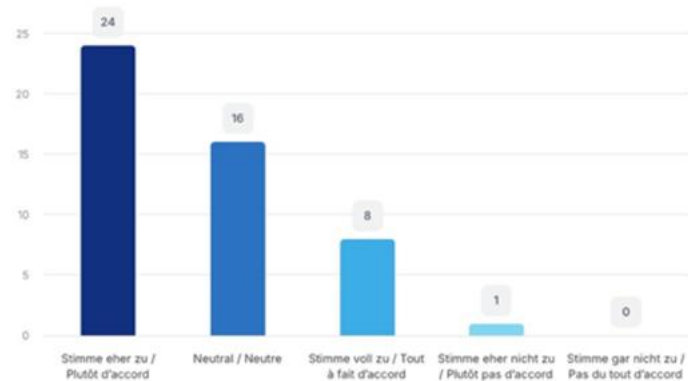


Illustration 4: Darstellung spanischer Stereotype in sozialen Medien und Umfrageergebnis zur Aussage „Spanier sind oft unpünktlich“ / „Les Espagnols sont souvent en retard“. : TikTok-/Social-Media-Screenshot zu Vorurteilen über Spanien, Abrufdatum: 02.05.2026. Quelle rechts: Eigene Darstellung auf Basis der Online-Umfrage, n = 49.

Enfin, 93,9 % des participant·e·s déclarent avoir déjà été en contact avec des personnes originaires des trois pays. Ces expériences sont considérées par environ 85 % comme ayant influencé, de manière plutôt forte ou forte, leur perception. Parallèlement, les répondant·e·s identifient les réseaux sociaux comme principale source des stéréotypes nationaux (69,4 %), suivis des films et de l'environnement personnel (chacun un peu plus de 50 %), tandis que l'école et l'université jouent un rôle plus secondaire.

À la question « As-tu déjà constaté qu'un stéréotype était faux ? Donne un exemple. », des différences nettes apparaissent entre les groupes. Les participant·e·s germanophones rapportent majoritairement des situations dans lesquelles des stéréotypes ont été contredits. Il est souvent souligné que des idées comme la ponctualité des Allemands, l'aisance linguistique des Français ou le tempérament des Espagnols ne peuvent pas être généralisées. Une réponse typique est : « Ständig. Unpünktliche Deutsche, schüchterne Spanier, stillos gekleidete Franzosen. Scheint fast so, als könnte man von Stereotypen nicht auf Einzelpersonen schließen, oder? » De même : « Vorurteile entstehen oft aus einzelnen Eindrücken, Medien oder Witzen. Echte Begegnungen sind meistens deutlich vielfältiger. » ou encore « Ja, ständig! alle Menschen sind Individuen und die Herkunft hat nichts mit der Persönlichkeit zu tun. » Dans l'ensemble, cela reflète une forte tendance à la réflexion critique sur les stéréotypes nationaux.

Les réponses francophones sont plus ambivalentes. Alors que certain·e·s rejettent les stéréotypes (« Pas encore »), d'autres les confirment explicitement (« Non, au contraire, la plupart des mes expériences m'ont permis de confirmer ces stéréotypes ! »). Des exemples nuancés sont parfois mentionnés, comme des personnes ouvertes ou à l'aise avec les langues étrangères. Toutefois, certains stéréotypes sont jugés pertinents, notamment concernant l'Allemagne : « La plupart des stéréotypes sont vrais à propos des Allemands. À mon avis, ils mènent une vie très bien organisée. » Dans l'ensemble, il s'agit donc d'une attitude plutôt confirmative, mais non homogène.

À la question « Penses-tu que les réseaux sociaux ont plutôt tendance à renforcer, à affaiblir ou à nuancer les stéréotypes ? », les résultats montrent globalement une tendance claire, mais nuancée : tous les groupes confondus, l'opinion selon laquelle les réseaux sociaux ont plutôt tendance à renforcer les stéréotypes est majoritaire. Cette perception s'explique principalement par la présence de contenus algorithmisés, qui favorisent les publications émotionnelles, humoristiques ou polarisantes. Cela contribue à une visibilité accrue des représentations simplifiées. Les formats tels que les mèmes ou les vidéos courtes jouent également un rôle important, dans la mesure où ils tendent à exagérer les stéréotypes. Comme l'expliquent certains participant·e·s : « Stereotype werden oft überspitzt und witzig dargestellt, sodass eine höhere Reichweite generiert wird und viele unterschiedliche Menschen diese Videos sehen » ou encore « Algorithmen bevorzugen einfache, emotionale und lustige Inhalte. Menschen sehen oft nur extreme Beispiele, die im Kopf hängen bleiben ». Par ailleurs, les effets de répétition, une consommation peu réflexive ainsi que les « bulles » (bubbles) sont également mentionnés comme des facteurs renforçant des perceptions unilatérales. Dans le même temps, de nombreux répondant·e·s soulignent l'ambivalence des réseaux sociaux : ceux-ci ne se limitent pas à renforcer les stéréotypes, mais peuvent aussi les relativiser ou les déconstruire. Parmi les mécanismes correctifs, les participant·e·s citent notamment les témoignages personnels, les contenus de sensibilisation et les aperçus du quotidien dans d'autres cultures, par exemple : « Grâce aux vidéos, aux témoignages et aux échanges avec des personnes de différents pays, on découvre souvent une réalité plus variée que les clichés habituels » ou « Andererseits werden Stereotype auch manchmal abgeschwächt, zum Beispiel indem andere Leute ihre persönlichen Erfahrungen beschreiben, die sich von den Stereotypen unterscheiden ».

Dans l'ensemble, il en résulte un champ de tension clair : les réseaux sociaux sont majoritairement perçus comme des amplificateurs de stéréotypes, tout en étant simultanément des espaces où ces derniers peuvent être interrogés, nuancés et reconfigurés. Leur impact apparaît ainsi fortement dépendant des usages, des contenus et des contextes de réception.

6. Visibles, renforcés, questionnés : l'impact des réseaux sociaux

Les résultats de l'enquête montrent que les stéréotypes nationaux concernant l'Allemagne, l'Espagne et la France restent clairement présents chez les répondant·e·s. Sont particulièrement répandues les représentations liées à des images quotidiennes facilement identifiables : l'Allemagne est surtout associée à la ponctualité et au respect des règles, la France à la langue, à la fierté culturelle et aux symboles culinaires, et l'Espagne au tempérament, au manque de ponctualité ainsi qu'aux horaires tardifs des repas. Cela confirme que les stéréotypes nationaux tendent à se stabiliser lorsqu'ils réduisent des réalités complexes à quelques traits facilement mémorisables. Concernant la question de recherche, il apparaît que les réseaux sociaux jouent un rôle central dans la diffusion de ces images nationales. Les plateformes comme Instagram, TikTok ou YouTube sont décrites par les participant·e·s comme des espaces dans lesquels les représentations stéréotypées sont régulièrement reprises et reproduites à travers des vidéos courtes, des mèmes et des contenus humoristiques. Ainsi, les stéréotypes existants deviennent plus visibles et peuvent se renforcer dans le quotidien des jeunes.

En même temps, les résultats montrent que les réseaux sociaux ne fonctionnent pas uniquement comme des amplificateurs. En plus de reproduire des images stéréotypées, ils offrent également un potentiel de différenciation, par exemple à travers des témoignages personnels, des contenus de sensibilisation ou des aperçus d'autres réalités vécues. Les rencontres directes avec des personnes issues des pays étudiés jouent également un rôle important, car elles peuvent à la fois confirmer, relativiser ou remettre en question les représentations existantes. Dans l'ensemble, la réponse à la question de recherche est donc ambivalente : les réseaux sociaux ne créent pas les stéréotypes nationaux de manière ex nihilo, mais reprennent des images déjà existantes, les diffusent et en augmentent la visibilité. Parallèlement, ils ouvrent des espaces dans lesquels ces images peuvent être réfléchies, détournées de manière ironique ou nuancées. Leur impact est donc fortement dépendant du contexte et loin d'être univoque.

Il convient de noter que cette étude repose sur un échantillon de convenance limité et n'est donc pas représentative. Néanmoins, les résultats montrent clairement que les stéréotypes nationaux continuent de jouer un rôle important dans le quotidien numérique des jeunes et sont étroitement liés à l'utilisation des réseaux sociaux.

Bibliographie/Literaturverzeichnis

Akbik, Adina und Christina L. Toenshoff (2026): The honest, the efficient, and the trustworthy: National stereotypes and public support for EU redistribution, in: *European Journal of Political Research*, Vol. 65, Nr. 2, S. 499–520, doi:10.1017/S1475676526100802.

Furtwängler, Maria und Elisabeth Furtwängler (MaLisa Stiftung) (2026): Studie: Soziale Medien prägen Weltbilder von Jugendlichen, *Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)*.

Hřebíčková, Martina und Sylvie Graf (2013): Accuracy of National Stereotypes in Central Europe: Outgroups Are Not Better than Ingroup in Considering Personality Traits of Real People, in: *European Journal of Personality*, [online] https://www.researchgate.net/publication/258109002_Accuracy_of_National_Stereotypes_in_Central_Europe_Outgroups_Are_Not_Better_than_Ingroup_in_Considering_Personality_Traits_of_Real_People [19.05.2026].

Ingenhoff, Diana, Elad Segev und Jérôme Chariatte (2020): The Construction of Country Images and Stereotypes: From Public Views to Google Searches, in: *International Journal of Communication*, Nr. 14, S. 92–113.

Olier, Juan Sebastian und Camilla Spadavecchia (2022): Stereotypes, disproportions, and power asymmetries in the visual portrayal of migrants in ten countries: an interdisciplinary AI-based approach, in: *Humanities and Social Sciences Communications*, Vol. 9, Nr. 410, S. 1–16.

Winter, Kevin und Kai Sassenberg (2022): Soziale Kategorisierung, Stereotype, Vorurteile, in: Christopher Cohrs, Nadine Knab und Gert Sommer (Hrsg.), *Handbuch Friedenspsychologie*, doi:<https://doi.org/10.17192/es2022.0052>.

Sources disponibles sur Internet

Le Blog d'Espagnol (o. J.): Stéréotypes espagnols, [online] <https://leblogdespagnol.com/stereotypes-espagnols/> [dernière consultation le 15 mai 2026].

Don Quijote (2024): STÉRÉOTYPES ESPAGNOLS : SONT-ILS TOUS VRAIS ?, [online] <https://www.donquijote.org/fr/blog/stereotypes-espagnols/> [dernière consultation le 15 mai 2026].

Huffington Post (2014): 12 stéréotypes sur les Espagnols que vous pouvez oublier, [online] https://www.huffingtonpost.fr/actualites/article/12-stereotypes-sur-les-espagnols-que-vous-pouvez-oublier_43397.html [dernière consultation le 17 mai 2026].

Hotels.com (o. J.): Clichés sur l'Espagne, [online] <https://fr.hotels.com/go/espagne/cliches-sur-espagne> [dernière consultation le 15 mai 2026].

Topito (2016): Top clichés espagnols, [online] <https://www.topito.com/top-cliche-espagnol> [dernière consultation le 15 mai 2026].

Paris360 (o. J.): Typisch französisch, [online] <https://www.paris360.de/magazin/typisch-franzoesisch> [dernière consultation le 17 mai 2026].

Fintiba (2024): Clichés about Germans, [online] <https://www.fintiba.com/de/germany/living/cliches-about-germans> [dernière consultation le 18 mai 2026].

Studieren weltweit (2019): Frankreich: Vorurteile, Klischee, Wein, Käse, Baguette, [online] <https://www.studieren-weltweit.de/frankreich-vorurteile-klischee-wein-kaese-baguette/> [dernière consultation le 17 mai 2026].

Finiba (2024): Clichés about Germans, [online] <https://www.fintiba.com/fr/germany/living/cliches-about-germans> [dernière consultation le 17 mai 2026].

Assimil (2022): 7 clichés sur les Allemands, [online] <https://blog.assimil.com/7-cliches-sur-les-allemands/> [dernière consultation le 17 mai 2026].

Goethe-Institut (2023) : L'Allemagne pour les je-sais-tout [online]
<https://www.goethe.de/ins/ca/fr/kul/ges/24764815.html> [dernière consultation le 15 mai 2026].

BedeutungOnline (2021): Typisch deutsche Stereotype, Kultur und Eigenheiten. Liste, [online]
<https://www.bedeutungonline.de/typisch-deutsche-stereotype-kultur-und-eigenheiten-liste/>
[dernière consultation 14 mai 2026].

Fluter (2017): Junge Franzosen über Deutschland, [online] <https://www.fluter.de/junge-franzosen-ueber-deutschland> [dernière consultation le 15 mai 2026].

Bundeszentrale für politische Bildung (2014): M 01.10 Vom Stereotyp zum Vorurteil, [online]
<https://www.bpb.de/lernen/angebote/grafstat/rechtsextremismus/176220/m-01-10-vom-stereotyp-zum-vorurteil/> [dernière consultation le 22 mai 2026].

OAPEN Library (2022): [Memes – Formen eines Internetphänomens] [online]
<https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/53940> [dernière consultation le 22 mai 2026].

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2024): JIM-Studie 2024, [online]
<https://mpfs.de/studie/jim-studie-2024/> [dernière consultation le 23 mai 2026].

Illustrations

Illustration 1: Karikaturistische Darstellungen nationaler Stereotype über Deutschland, Frankreich und Spanien. : Deutschland und Frankreich: Katharina Plischke, veröffentlicht im Beitrag „Die Beziehung zwischen Deutschland und Frankreich“ auf der Website der Ursulinenschule Hersel: <https://www.ursh.de/detail/Die-Beziehung-zwischen-Deutschland-und-Frankreich/>. Spanien: „Clichés de España“, Ecos Online, © Jotaká Illustration: <https://www.ecos-online.de/spanisch-lesen/cliches-de-espana>. Abgerufen am 10.05.2026.

Illustration 2: Stereotyp deutscher Pünktlichkeit im Vergleich mit dem Umfrageergebnis zur Aussage „Deutsche sind sehr pünktlich“ / „Les Allemands sont très ponctuels“: Links: TikTok-Beitrag von @einedeutschefrau, 27.09.2025, Screenshot. Rechts: Eigene Darstellung auf Basis der Online-Umfrage, $n = 49$.

Illustration 3: Darstellung französischer Stereotype in sozialen Medien und Umfrageergebnis zur Aussage „Franzosen essen viel Baguette und Käse und trinken viel Wein“ / „Les Français mangent beaucoup de baguette et de fromage et boivent beaucoup de vin“. : *Social-Media-Screenshot, Account @françaisavecipc, Instagram, Screenshot/Abrufdatum: 02.05.2026. Quelle rechts: Eigene Darstellung auf Basis der Online-Umfrage, n = 49.*

Illustration 4: Darstellung spanischer Stereotype in sozialen Medien und Umfrageergebnis zur Aussage „Spanier sind oft unpünktlich“ / „Les Espagnols sont souvent en retard“. : *TikTok-/Social-Media-Screenshot zu Vorurteilen über Spanien, Abrufdatum: 02.05.2026. Quelle rechts: Eigene Darstellung auf Basis der Online-Umfrage, n = 49.*

Simona Dobosyová, Gonzalo Serrano Muñoz

Die unsichtbare Grenze des Rheins / La frontera invisible del Rin

Deutsche und spanische Textversionen

(deutsche Version)

1. Einleitung

Die Beziehungen zwischen Frankreich und Deutschland gehören zu den wichtigsten Beispielen für Zusammenarbeit in Europa. Nach einer langen Zeit voller Konflikte und Spannungen haben beide Länder ihre Beziehung transformiert und eine enge Partnerschaft in vielen Bereichen aufgebaut. Dieses Wechsel zeigt sich auch in den Worten des Präsidenten der Region Elsass, Franck Leroy: „Was ursprünglich aus dem Willen zur Versöhnung entstand, hat sich zu einer soliden und dauerhaften Freundschaft entwickelt, die von gemeinsamen Projekten und Ambitionen getragen wird. Heute arbeiten unsere Gebiete daran, dauerhafte Lösungen zu schaffen, die Herausforderungen unserer Zeit anzunehmen und die Zukunft vorzubereiten.“ (Baden-Württemberg und Grand Est vertiefen Zusammenarbeit (o. D.): Baden-Württemberg.de, [online] <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/baden-wuerttemberg-und-grand-est-vertiefen-zusammenarbeit>.)

Die deutsch-französische Zusammenarbeit findet nicht nur auf staatlicher und institutioneller Ebene statt, sondern auch in den Regionen, im Alltag der Menschen und im Tourismus. Die geografische Nähe, die gemeinsame Geschichte und zweisprachige Institutionen unterstützen und erweitern diesen Austausch. Frankreich fördert Deutschland auf eine Weise und Deutschland fördert Frankreich auf andere. Zu dieser Förderung gehören kulturelle Veranstaltungen, Bildungsprojekte, gastronomische Angebote und regionaler Tourismus. Besonders sichtbar ist diese Zusammenarbeit in den Grenzregionen, im Elsass auf französischer Seite und in Baden-Württemberg auf deutscher Seite. Diese Förderaktivitäten bauen eine europäische Identität auf, die auf kulturellem Austausch, Vielfalt und Zusammenarbeit basiert. Wie Franck Leroy erklärt: „Die Beziehung zwischen Grand Est und Baden-Württemberg hat sich als beispielhaftes Modell für die europäische Zusammenarbeit etabliert.“ (Baden-Württemberg und Grand Est vertiefen Zusammenarbeit (o. D.): Baden-Württemberg.de, [online] <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/baden-wuerttemberg-und-grand-est-vertiefen-zusammenarbeit>.)

vertiefen-zusammenarbeit.) Auch der Ministerpräsident von Baden-Württemberg, Winfried Kretschmann, betont, wie wichtig eine aktive Zusammenarbeit ist: „Es reicht nicht, die deutsch-französische Freundschaft als etwas Erreichtes zu verwalten. Sie muss immer wieder aufs Neue mit Leben gefüllt und gestaltet werden.“ (Baden-Württemberg und Grand Est vertiefen Zusammenarbeit (o. D.): Baden-Württemberg.de, [online] <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/baden-wuerttemberg-und-grand-est-vertiefen-zusammenarbeit>.)

Das Ziel dieses Artikels ist es zu vergleichen, wie Frankreich die deutsche Kultur in seinem Land fördert und wie Deutschland im Gegenzug die französische Kultur sichtbar macht. Dafür werden verschiedene Städte in den beiden Grenzregionen untersucht, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Strategien des kulturellen Austauschs zu erkennen.

2. Historischer und kultureller Kontext

Die heutigen Formen der Zusammenarbeit und der kulturellen Förderung zwischen Frankreich und Deutschland kann man nicht verstehen, ohne die tiefgehende historische Entwicklung zu betrachten. Über viele Jahrhunderte war die Region des Oberrheins – also das Elsass, die Pfalz und Baden-Württemberg – eine instabile geopolitische Grenze, geprägt von häufigen Machtwechseln und schmerzhaften militärischen Konflikten. Trotzdem legte gerade diese Vergangenheit der Konfrontation paradoxerweise die Grundlage für eine gemeinsame Identität. Architektonische Traditionen, die Gastronomie und die lokalen Dialekte mit germanischen Wurzeln begannen sich schon lange vor der Entstehung der modernen Nationalstaaten zu vermischen.

Der eigentliche Wendepunkt hin zur institutionellen Versöhnung kam 1963 mit der Unterzeichnung des Élysée-Vertrags durch Charles de Gaulle und Konrad Adenauer. Die Politologin und Historikerin Corine Defrance beschreibt dieses Ereignis treffend: „Der Élysée-Vertrag war nicht nur ein diplomatischer Akt, sondern der Startschuss für eine tiefgreifende gesellschaftliche Verflechtung, die durch den Jugendaustausch und Städtepartnerschaften die Vorurteile der Vergangenheit überwand.“ (Amt, Auswärtiges (o. D.): Die deutsch-französische Zusammenarbeit, Auswärtiges Amt, [online] <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/europa/zusammenarbeit-staaten/frankreich/uebersicht-209696>.)

Später wurde die Integration des Alltags und das endgültige Verschwinden der physischen Grenzen durch wichtige Schritte des europäischen Projekts beschleunigt. Die Umsetzung des Schengen-Abkommens im Jahr 1995 und die Einführung des Euro im Jahr 2002 veränderten die Grenze grundlegend. Sie wurde zu einem unsichtbaren Raum und zu einem dynamischen, grenzüberschreitenden Arbeits- und Wohngebiet. Diese Entwicklung hin zu einem fließenden Zusammenleben hat es ermöglicht, dass ehemalige Konfliktzonen heute in gemeinsamen Verwaltungsstrukturen organisiert sind, den sogenannten Eurodistrikten (wie PAMINA oder Strasbourg-Ortenau).

In diesem Zusammenhang beschreibt der Historiker und Grenzraumexperte Günther Maihold die heutige Natur dieses integrierten Raums sehr genau: „Die Grenze am Oberrhein ist heute keine Trennungslinie mehr, sondern ein gemeinsamer Lebensraum, in dem kulturelle Vielfalt und tägliche Mobilität eine neue Form der europäischen Bürgerschaft begründen.“ (Der Rhein bei Basel, Foto: Johannes Bittner (o. D.): [online] <https://www.oberrheinrat.org/de/>.)

Dieses historische Umfeld zeigt also, dass die gegenseitige kulturelle Förderung, die in diesem Artikel untersucht wird, kein spontanes Phänomen ist. Sie ist vielmehr das Ergebnis eines erfolgreichen Transformationsprozesses, der eine frühere europäische Konfliktzone in ein beispielhaftes Modell regionaler Integration und Zusammenarbeit verwandelt hat.

3. Analyse der gegenseitigen Förderung in den deutsch-französischen Grenzregionen

3.1 Die Förderung und Werbung Deutschlands in Frankreich

Um die Förderung Deutschlands in Frankreich besser zu verstehen, haben wir entschieden, drei Städte mit unterschiedlicher Größe auszuwählen, die aber alle in derselben französischen Grenzregion liegen: dem Elsass (heute Teil der Region Grand Est). Es handelt sich um Wissembourg, Neuf-Brisach und Huningue. Diese Städte geben uns einen breiten und detaillierten Überblick darüber, wie der deutsch-französische Kulturaustausch aus französischer Perspektive funktioniert.

Die Stadt Wissembourg ist klein, aber sie profitiert von ihrer Lage direkt an der Grenze zur Pfalz und ihrer Nähe zu Baden-Württemberg. Deshalb ist sie ein wichtiger Verkehrspunkt im Norden des Elsass. In der Vergangenheit waren die grenzüberschreitenden Zugverbindungen wegen der

Umstiege kompliziert, aber dieses Problem wurde durch die Einführung einer direkten Zuglinie zwischen dem Nordelsass und dem Pfalznetz verbessert. Dadurch wurde die Mobilität für Touristen und Einwohner:innen erleichtert. Viele deutsche Touristen nutzen diese Verbindung, um die Weinberge und das historische Erbe des Elsass zu besuchen, während die Einwohner leicht das deutsche Einkaufs- und Kulturangebot erreichen können. Neben dieser Bahnverbindung arbeitet Wissembourg aktiv an der Förderung der deutschen Kultur, zum Beispiel durch das grenzüberschreitende Festival „Kultur ohne Grenzen“ und durch die Teilnahme am touristischen Netzwerk „Vis-à-vis PAMINA“, das das Elsass, Baden-Württemberg und die Pfalz verbindet. Um den Aufenthalt der Besucher zu erleichtern, sind Informationen über die wichtigsten Sehenswürdigkeiten auch auf Deutsch verfügbar. Das Beispiel Wissembourg zeigt also, dass eine kleine Stadt an Bedeutung für den Tourismus und den kulturellen Austausch gewinnen kann, ohne ein klassisches Reiseziel zu sein. Ihre geografische Lage und ihre Verbindungen zu den deutschen Regionen machen sie zu einem wichtigen Ort für Mobilität und regionale Integration.



Illustration 1: La Maison du Sel, © *alsace-verte.com*

Die Stadt Neuf-Brisach legt großen Wert auf die deutsch-französische Zusammenarbeit und den europäischen Austausch aus einer historischen und pädagogischen Perspektive. Als eine durch den Architekten Vauban befestigte Stadt und UNESCO-Weltkulturerbe organisiert sie verschiedene Veranstaltungen, um den kulturellen Dialog im Alltag zu unterstützen. Sie bildet ein perfektes Gegenstück zur deutschen Stadt Breisach, die direkt auf der anderen Rheinseite liegt. Beide Städte

arbeiten so eng zusammen, dass sie ihre Projekte über eine gemeinsame grenzüberschreitende Struktur, den Zweckverband, verwalten. Neuf-Brisach betrachtet die europäische Identität als ein wichtiges Element und möchte dazu beitragen, dass die jungen Generationen die Sprache des Nachbarlandes beherrschen. Deshalb setzt die Stadt stark auf Zweisprachigkeit in Kindergärten und zweisprachige Schulprojekte, in denen französische Kinder früh mit der deutschen Sprache und Kultur in Kontakt kommen. Außerdem organisiert die Stadt jedes Jahr gemeinsam das Sport- und Jugendprojekt „Rhein-Rencontre“, ein Treffen, bei dem junge Menschen von beiden Rheinseiten zusammenkommen, um Aktivitäten zu machen und die Zusammenarbeit zu stärken. So bleiben die deutsche Sprache und Kultur im Alltag der Stadt präsent.



Illustration 2: Ansicht von Neuf-Brisach, © *christmas.alsace*

Die Stadt Huningue liegt im Süden der Region und gehört zur trinationalen Metropolregion Basel. Dies zeigt sich in den Veranstaltungen und Projekten, die im Vergleich zu den anderen analysierten Städten größer und internationaler sind, da Huningue stark von der Nähe zu Deutschland und der Schweiz beeinflusst wird. Die Stadt hat auch eine enge infrastrukturelle Verbindung zu Deutschland, weil sich der Verkehr und die Mobilität zwischen beiden Ländern mit der Eröffnung der Dreiländerbrücke stark verändert haben. Diese Brücke verbindet Huningue direkt mit Weil am Rhein. Die gute Beziehung und Infrastruktur zeigt sich im Alltag: Viele Radfahrer und Fußgänger

überqueren täglich die Grenze, um zu arbeiten oder Freizeitaktivitäten nachzugehen. Die kulturelle Integration sieht man auch an der aktiven Teilnahme der Stadt im Rahmen der „Regio TriRhena“, wo Huningue eine wichtige Rolle bei der Organisation grenzüberschreitender Kunst- und Architekturfestivals spielt. Diese kulturellen Projekte zeigen die Zusammenarbeit zwischen Künstlern von beiden Rheinseiten und sind ein bedeutendes regionales Vorhaben. In Huningue findet nicht nur institutioneller Austausch statt, sondern auch das tägliche Zusammenleben durch gemeinsame Aktivitäten im Freien entlang des Rheins. Deshalb ist Huningue eine Stadt voller Austausch und Verbindungen, die für ein größeres Kooperationsmodell, die grenzüberschreitende Kultur in dieser Region fördern möchte, wichtig ist.



Illustration 3: Dreiländerbrücke, © schwarzwald-aktuell.eu

3.2 Die Förderung und Werbung Frankreichs in Deutschland

Um die Förderung Frankreichs in Deutschland genauer zu untersuchen, haben wir drei Städte unterschiedlicher Größe ausgewählt, die alle in der Region Baden-Württemberg liegen. Diese Städte sind Kehl, Freiburg und Stuttgart. Sie geben uns einen breiten und detaillierten Überblick darüber, wie der deutsch-französische Kulturaustausch aus deutscher Perspektive funktioniert.

Die Stadt Kehl ist klein, aber profitiert stark von ihrer Lage direkt an der deutsch-französischen Grenze. Dadurch ist sie ein wichtiger kultureller und wirtschaftlicher Verbindungsort zwischen

beiden Ländern. In der Vergangenheit war der Transport zwischen Kehl und Straßburg schwierig, aber dieses Problem wurde 2017 mit der Einführung der Straßenbahnlinie D gelöst. Seitdem fährt die Straßenbahn regelmäßig zwischen Kehl und Straßburg und erleichtert die Mobilität für Touristen und Einwohner. Viele Besucher übernachten auf der deutschen Seite des Rheins und besuchen Straßburg oder sie kommen aus Frankreich nach Kehl oder in den Schwarzwald. Neben der Straßenbahn arbeitet Kehl aktiv mit französischen Städten und Regionen zusammen, besonders mit Straßburg und dem Elsass, zum Beispiel durch die Projekte „Eurodistrict“ und „Vis-à-vis PAMINA“, die Baden-Württemberg, Pfalz und Elsass verbinden. Um den Aufenthalt für Touristen zu erleichtern, sind Informationen über beliebte Reiseziele wie Kehl, Schwarzwald, Straßburg und Elsass auch auf Französisch verfügbar. Das Beispiel von Kehl zeigt, dass eine kleine Stadt im Tourismus und im kulturellen Austausch an Bedeutung gewinnen kann, ohne ein klassisches Reiseziel zu sein. Ihre geografische Lage und ihre Verbindungen zu den französischen Regionen machen sie zu einem wichtigen Ort für Mobilität und regionale Integration.



Illustration 4: Karte aus der Strassenbahnlinie zwischen Strassburg und Kehl, © *Stuttgarter Zeitung*

Die Stadt Freiburg legt großen Wert auf die deutsch-französische Zusammenarbeit und den europäischen Austausch. Deshalb organisiert sie verschiedene Veranstaltungen, um den kulturellen Dialog und die europäische Idee im Alltag zu fördern. Diese Veranstaltungen ermöglichen den Einwohnern, die französische Kultur kennenzulernen, über europäische Werte zu diskutieren und regionale Kooperationen zu stärken. Freiburg sieht die europäische Identität als einen wichtigen Teil des Alltags und möchte dazu beitragen, dass Europa ein Raum des kulturellen Austauschs und

gemeinsamer Werte bleibt. Aus diesem Grund möchte diese Stadt die französische Kultur näher bringen und die Zusammenarbeit zwischen beiden Ländern durch verschiedene Projekte verbessern. Zu den wichtigsten kulturellen Veranstaltungen gehört das „Photobiennale Mulhouse (BPM)“. Freiburg nimmt seit 2014 aktiv daran teil. Es handelt sich um eine Fotoausstellung und das Hauptthema in diesem Jahr ist die *Sédimentation*, die in Verbindung mit Erinnerung und Erinnerungskulturen steht. Außerdem gibt es Aktivitäten, die nicht nur die französische Kultur, sondern auch die französische Sprache fördern, z.B. Stadtführungen, Debatten über Aktualität an der Universität, Literaturkreise, in denen auf hohem Niveau Kultur, Politik und Literatur diskutiert werden. Auf diese Weise bleibt die französische Kultur im Alltag der Stadt präsent.



Illustration 5: Meisterwerk aus der Ausstellung *Sediments of Memory*, © Biennale Photo Mulhouse

Die Stadt Stuttgart ist die größte der untersuchten Städte und die Landeshauptstadt von Baden-Württemberg. Stuttgart hat eine enge Beziehung mit Frankreich. Schon ab 1961, einige Jahre vor der Unterzeichnung des Élysée-Vertrags, hatte Stuttgart erste Kontakte mit Straßburg. Diese gute Beziehung zeigt sich in aktuellen Projekten wie „Cities for Children“ oder dem deutsch-französischen Schülerparlament, bei dem 200 Abibac-Schüler über europäische Themen diskutierten. Dabei werden auch besonders die Jungen als Zielgruppe mit einbezogen, das sieht man auch im Kindergarten für französische oder deutsch-französische Kinder, in der zweisprachigen Grundschule und im Wagenburg-Gymnasium, das das Abibac-Programm anbietet,

Theaterkurse auf Französisch organisiert und Schüleraustausche mit französischen Gymnasien durchführt. Unter den französischen Kulturinstitutionen ist das Institut Français besonders wichtig. Es beteiligt sich an der Organisation der größten kulturellen Veranstaltung der Stadt, der „Französischen Wochen“. Diese Veranstaltung findet seit 1999 statt und bietet viele Möglichkeiten, die deutsch-französische Zusammenarbeit durch verschiedene Institutionen und Künstler kennenzulernen. In Stuttgart findet man nicht nur französische Kultur, sondern auch französische Gastronomie, zum Beispiel in den Restaurants Le Tonneau oder Petite France. Besonders Petite France, das von Dominique Gueydan aus Avignon geführt wird, bietet seit über 30 Jahren französische Spezialitäten an. Stuttgart ist also in vielerlei Hinsicht eine Stadt mit starkem französischen Einfluss und spielt eine wichtige Rolle für ein größeres Modell der Zusammenarbeit durch gemeinsame Projekte wie „Eurodistrict“ und „Vis-à-vis PAMINA“, die die französische Kultur weiter fördern möchte.



Illustration 6: Fotografie des Restaurants Petite France (Stuttgart), © *Geheimtipp Stuttgart*

Zum Schluss ist es wichtig zu erwähnen, dass auch die Region Baden-Württemberg aktiv zum deutsch-französischen Austausch beiträgt. Im Jahr 2020 wurde ein Kooperationsvertrag mit Frankreich unterzeichnet, um rund hundert Maßnahmen umzusetzen, wie zum Beispiel das Bahnprojekt Freiburg–Colmar oder das Bürgerportal „FRED“. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sowohl die Region Baden-Württemberg als auch die untersuchten Städte aktiv am kulturellen

Austausch zwischen Frankreich und Deutschland teilnehmen. Jede Stadt macht das auf ihre eigene Weise, abhängig von ihrer Größe, ihrer geografischen Lage oder ihren Zielen. Genau diese regionale Vielfalt ermöglicht Besuchern und Einwohnern im Westen Deutschlands, ihren eigenen Zugang zu diesem Austausch zu finden und ihn weiter zu unterstützen.

4. Vergleich und Fazit

Die Analyse der beiden Fälle zeigt, wie sich der deutsch-französische Kulturaustausch in den Grenzregionen entwickelt. Es handelt sich um einen intensiven Austausch, bei dem beide Länder gemeinsame Ziele im kulturellen, Bildungs- und sprachlichen Bereich verfolgen. Trotzdem gibt es Unterschiede in der Art und Weise, wie das Nachbarland präsentiert wird, sowie in den Prioritäten und Schwerpunkten der beschriebenen Projekte.

Als erstes haben beide Grenzregionen, Elsass in Frankreich und Baden-Württemberg in Deutschland, eine gemeinsame Geschichte. Das liegt an ihrer geografischen Nähe, an gemeinsamen Traditionen und an engen wirtschaftlichen und kulturellen Beziehungen. Die ausgewählten Städte zeigen, wie diese Beziehungen auf verschiedenen Ebenen funktionieren.

Zu den Gemeinsamkeiten gehört die Wichtigkeit von Mobilität und Infrastruktur. Besonders die Bahn- und Straßenbahnverbindungen spielen eine besondere Rolle, weil sie den täglichen Transport zwischen Einwohnern und Besuchern beider Länder erleichtern. Diese Verbindungen symbolisieren auch den Abbau von Grenzen und die Stärkung einer gemeinsamen europäischen Identität. Außerdem legen beide Länder großen Wert auf Bildung und Zweisprachigkeit, weil sie möchten, dass die jungen Generationen die Sprache des Nachbarlandes lernen.

Als zweites gibt es Unterschiede, die die Prioritäten jeder Region zeigen. Die Förderung Deutschlands in Frankreich konzentriert sich vor allem auf das tägliche Zusammenleben und die praktische regionale Integration. Die Förderung Frankreichs in Deutschland zeigt dagegen einen stärkeren Fokus auf kulturelle Veranstaltungen und Projekte, die oft von französischen Institutionen organisiert werden. Zusätzlich nutzt Frankreich die gemeinsame Geschichte als Mittel, um sich Deutschland anzunähern, während Deutschland stärker auf moderne und aktuelle Aktivitäten setzt. Ein weiterer Unterschied betrifft die Größe der Projekte. Das hängt vor allem von der Größe der Städte ab. In den französischen Städten überwiegen eher lokale oder regionale

Aktivitäten. In den deutschen Städten, besonders in unserem Beispiel Stuttgart, gibt es dagegen große kulturelle und institutionelle Projekte. Dieser Unterschied kann auch mit den finanziellen Möglichkeiten der Regionen zusammenhängen. In Frankreich ist die Kulturpolitik stärker zentralisiert, deshalb haben die Regionen weniger eigenes Geld für große Projekte. In Deutschland entscheiden die Bundesländer selbst über ihre Kulturpolitik und das führt zu höheren Investitionen wie in Baden-Württemberg. Deswegen entstehen in deutschen Städten große kulturelle und institutionelle Initiativen und in Frankreich überwiegen kleinere lokale Aktivitäten.

Abschließend lässt sich festhalten, dass beide Länder ein sehr fortgeschrittenes und gut entwickeltes Modell der Zusammenarbeit in den Grenzregionen Elsass und Baden-Württemberg anbieten. Trotzdem zeigt die Analyse Unterschiede in den Prioritäten. Im Fall Frankreichs liegen die wichtigsten Merkmale der Förderung Deutschlands in der Mobilität, in der praktischen Zweisprachigkeit, im täglichen Zusammenleben und in der lokalen Zusammenarbeit. Im Fall Deutschlands liegt der Schwerpunkt der Förderung Frankreichs auf großen kulturellen und künstlerischen Projekten, auf der französischen Kultur als Prestige-Element und auf der Bedeutung französischer Institutionen. Trotz dieser Unterschiede verfolgen beide Länder dasselbe Ziel: die gegenseitigen Beziehungen zu stärken und diese Beziehungen als Teil einer europäischen Identität auszubauen, die auf Austausch, Respekt und Zusammenarbeit basiert.

(spanische Version)

1. Introducción

Las relaciones entre Francia y Alemania constituyen uno de los ejemplos más destacados en la cooperación europea. Tras un largo período marcado por conflictos y desacuerdos, ambos países han logrado transformar su relación y desarrollar una estrecha colaboración en diferentes ámbitos. Este cambio se refleja en las palabras del presidente de la región de Alsacia, Franck Leroy: “Was ursprünglich aus dem Willen zur Versöhnung entstand, hat sich zu einer soliden und dauerhaften Freundschaft entwickelt, die von gemeinsamen Projekten und Ambitionen getragen wird. Heute arbeiten unsere Gebiete daran, dauerhafte Lösungen zu schaffen, die Herausforderungen unserer Zeit anzunehmen und die Zukunft vorzubereiten.” (Baden-Württemberg und Grand Est vertiefen Zusammenarbeit (o. D.): Baden-Württemberg.de, [online] <https://www.baden->

wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/baden-wuerttemberg-und-grand-est-vertiefen-zusammenarbeit.)

La cooperación franco-alemana se puede apreciar no solamente a nivel institucional y estatal, sino también a nivel regional, en la vida cotidiana y en el turismo. La proximidad geográfica, las conexiones históricas y las instituciones bilingües favorecen y enriquecen este intercambio mutuo. Francia promueve a Alemania de una forma y Alemania promueve a Francia de otra. Entre las vías de promoción podemos subrayar actividades culturales, proyectos educativos, gastronomía o turismo a nivel regional. Esta colaboración está muy presente sobre todo en las dos regiones fronterizas, en Alsacia, por parte de Francia, y en Baden-Württemberg, por parte de Alemania. Todas estas formas de promoción contribuyen a la construcción de una identidad europea basada en el intercambio cultural, la diversidad y la colaboración como bien explica Franck Leroy: “Die Beziehung zwischen Grand Est und Baden-Württemberg hat sich als beispielhaftes Modell für die europäische Zusammenarbeit etabliert.” (Baden-Württemberg und Grand Est vertiefen Zusammenarbeit (o. D.): Baden-Württemberg.de, [online] <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/baden-wuerttemberg-und-grand-est-vertiefen-zusammenarbeit>.) Además, el presidente de la región de Baden-Württemberg, Winfried Kretschmann, refuerza la idea de mantener una cooperación activa en ambos países: “Es reicht nicht, die deutsch-französische Freundschaft als etwas Erreichtes zu verwalten. Sie muss immer wieder aufs Neue mit Leben gefüllt und gestaltet werden.” (Baden-Württemberg und Grand Est vertiefen Zusammenarbeit (o. D.): Baden-Württemberg.de, [online] <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/baden-wuerttemberg-und-grand-est-vertiefen-zusammenarbeit>.)

Por lo tanto, el objetivo de este artículo es realizar un análisis comparativo sobre cómo Francia promociona la cultura alemana en su territorio y, a su vez, cómo Alemania promociona la cultura francesa en su territorio. Para obtener una visión amplia, se observan y se examinan diferentes ciudades de las dos regiones fronterizas con el objetivo de identificar similitudes y diferencias en las estrategias de intercambio cultural entre Francia y Alemania.

2. Contexto histórico y cultural

Las dinámicas actuales de cooperación y promoción cultural entre Francia y Alemania no pueden comprenderse sin analizar la profunda evolución de su trasfondo histórico. Durante siglos, la región del Rin Superior —que abarca Alsacia, el Palatinado y Baden-Württemberg— funcionó como una frontera geopolítica inestable, marcada por constantes cambios de soberanía y dolorosos conflictos armados. Sin embargo, este pasado de confrontación y conflictos sentó paradójicamente las bases de una identidad compartida, donde las tradiciones arquitectónicas, gastronómicas y los dialectos locales de raíz germánica comenzaron a entrelazarse mucho antes de la consolidación de los Estados modernos. El verdadero punto de inflexión hacia la reconciliación institucional se produjo en 1963 con la firma del Tratado del Elíseo por Charles de Gaulle y Konrad Adenauer. Como bien destaca la politóloga e historiadora Corine Defrance al analizar este hito: “Der Élysée-Vertrag war nicht nur ein diplomatischer Akt, sondern der Startschuss für eine tiefgreifende gesellschaftliche Verflechtung, die durch den Jugendaustausch und Städtepartnerschaften die Vorurteile der Vergangenheit überwand.” (Amt, Auswärtiges (o. D.): Die deutsch-französische Zusammenarbeit, Auswärtiges Amt, [online] <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/europa/zusammenarbeit-staaten/frankreich/uebersicht-209696>.)

Posteriormente, la integración de la vida cotidiana y la desaparición definitiva de las barreras físicas se aceleraron gracias a los grandes hitos del proyecto comunitario europeo. La implementación del Acuerdo de Schengen en 1995 y la adopción del Euro en 2002 transformaron radicalmente la frontera, convirtiéndola en un espacio invisible y en un dinámico mercado laboral y residencial transfronterizo. Esta evolución hacia una convivencia fluida ha permitido que las antiguas zonas de conflicto se organicen hoy bajo estructuras de gobernanza conjunta conocidas como Eurodistritos (como PAMINA o Strasbourg-Ortenau). En este sentido, el historiador y especialista en regiones fronterizas, Günther Maihold, describe con precisión la naturaleza actual de este espacio integrado: “Die Grenze am Oberrhein ist heute keine Trennungslinie mehr, sondern ein gemeinsamer Lebensraum, in dem kulturelle Vielfalt und tägliche Mobilität eine neue Form der europäischen Bürgerschaft begründen.” (Der Rhein bei Basel, Foto: Johannes Bittner (o. D.): [online] <https://www.oberrheinrat.org/de/>.) Por lo tanto, este marco histórico demuestra que la promoción cultural mutua que se analiza en este artículo no es un fenómeno espontáneo, sino el resultado de un exitoso proceso de metamorfosis que transformó una antigua herida europea en un modelo ejemplar de fusión e integración regional.

3. Análisis de la promoción mutua en las regiones fronterizas franco-alemanas

3.1 La promoción de Alemania en Francia

Para profundizar en la promoción de Alemania en Francia, hemos decidido escoger tres ciudades de tamaño distinto pero pertenecientes a la misma región fronteriza francesa, Alsacia (actualmente integrada en la región del Gran Este). Se trata de Wissembourg, Neuf-Brisach y Huningue. Estas ciudades nos ofrecen un panorama amplio y detallado para entender cómo funciona el intercambio cultural franco-alemán desde la perspectiva francesa.

La ciudad de Wissembourg es pequeña, pero se beneficia de su localización directamente en la frontera con el Palatinado y su cercanía al estado de Baden-Württemberg, por lo que es un centro de tránsito clave en el norte de Alsacia. En el pasado, las conexiones ferroviarias transfronterizas resultaban complicadas debido a los transbordos, pero este problema se ha mitigado gracias a la integración de la línea de tren directa que conecta el Nordelsass con la red de transporte del Palatinado (Pfalznetz), facilitando la movilidad de turistas y habitantes. Muchos turistas alemanes utilizan esta vía para visitar los viñedos y el patrimonio histórico alsaciano, mientras que los habitantes locales acceden fácilmente a la oferta comercial y cultural alemana. Aparte de esta infraestructura ferroviaria, Wissembourg colabora activamente en la promoción de la cultura germana a través del festival transfronterizo “Kultur ohne Grenzen” (Cultura sin Fronteras) y mediante su participación en la red turística “Vis-à-vis PAMINA”, que reúne los esfuerzos de Alsacia, Baden-Württemberg y el Palatinado. Para facilitar la estancia de los visitantes, la información sobre los destinos más populares está disponible también en alemán. Por lo tanto, el ejemplo de Wissembourg muestra que una ciudad pequeña puede ganar importancia en el turismo y en el intercambio cultural sin ser un destino turístico tradicional. Su posición geográfica y sus conexiones con las regiones alemanas la convierten en un espacio clave de movilidad e integración regional.



Ilustración 1: La Maison du Sel, © *alsace-verte.com*

La ciudad de Neuf-Brisach le da mucha importancia a la cooperación franco-alemana y al intercambio europeo desde una perspectiva histórica y educativa. Al ser una ciudad fortificada por Vauban y declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, organiza diversos eventos para apoyar y fomentar el diálogo cultural en la vida diaria, actuando como el espejo perfecto de la ciudad alemana de Breisach, situada justo al otro lado del río Rin. Ambas ciudades cooperan de forma tan estrecha que gestionan sus proyectos a través de una estructura común de gobernanza bilateral, el Zweckverband (comunidad transfronteriza). Neuf-Brisach considera que la identidad europea es un pilar esencial y quiere contribuir a que las nuevas generaciones dominen el idioma vecino. Por ello, destaca su fuerte apuesta por el bilingüismo a través de las guarderías (Kindergärten) y proyectos escolares bilingües, donde los niños franceses entran en contacto con la lengua y las tradiciones alemanas desde la infancia. Asimismo, en el ámbito de los jóvenes, la ciudad coorganiza anualmente el proyecto deportivo y juvenil “Rhein-Rencontre”, un encuentro que reúne a jóvenes de ambas orillas del Rin para realizar actividades y reforzar la cooperación. De este modo, la cultura y la lengua alemana siguen presentes en la vida diaria de la ciudad.



Ilustración 2: Neuf-Brisach view, © *christmas.alsace*

La ciudad de Huningue se sitúa en el extremo sur de la región y forma parte del área metropolitana trinacional de Basilea. Estos datos se manifiestan en los eventos organizados y proyectos a escala mayor en comparación con otras ciudades analizadas, al estar fuertemente influenciada por la cercanía con Alemania y Suiza. Asimismo, Huningue tiene una estrecha relación de infraestructura con Alemania porque el transporte y la movilidad entre ambos países dio un giro radical con la inauguración de la Dreiländerbrücke (Pasarela de los Tres Países), que conecta directamente Huningue con Weil am Rhein. Esta buena relación e infraestructura se refleja en el día a día, permitiendo que ciclistas y peatones crucen la frontera de forma constante para trabajar o realizar actividades de ocio. La orientación hacia la integración cultural se observa en la participación activa de la ciudad dentro del marco de la “Regio TriRhena”, donde Huningue se involucra de manera destacada en la organización de los festivales de arte y arquitectura transfronterizos. Estas instituciones y eventos culturales permiten conocer la cooperación en detalle a través de diferentes artistas de ambos lados del Rin y constituyen un gran proyecto regional. En Huningue no se desarrolla solamente el intercambio institucional, sino también la convivencia diaria a través de la promoción de actividades conjuntas al aire libre a lo largo del Rin. Por lo tanto, Huningue es una ciudad llena de influencia e interconexión que es fundamental para un modelo de cooperación a

mayor escala que quiere fomentar la cultura transfronteriza en esta región.



Ilustración 3: Dreiländerbrücke, © *schwarzwald-aktuell.eu*

3.2 La promoción de Francia en Alemania

Para profundizar en la promoción de Francia en Alemania, hemos decidido escoger tres ciudades de tamaño distinto pero pertenecientes a la misma región, Baden-Württemberg. Se trata de Kehl, Freiburg y Stuttgart. Estas ciudades nos ofrecen un panorama amplio y detallado para entender cómo funciona el intercambio cultural franco-alemán desde la perspectiva alemana.

La ciudad de Kehl es pequeña, pero se beneficia de su localización directamente en la frontera franco-alemana por lo que es el centro de tránsito tanto cultural como mercantil entre los dos países. En el pasado, el transporte entre ambos países resultaba complicado, pero este problema desapareció con la introducción de la línea D del tranvía en 2017. Desde entonces, el tranvía circula entre Kehl y Estrasburgo y facilita la movilidad de turistas y habitantes. Muchos turistas se alojan en el lado alemán del río Rin y visitan Estrasburgo o al revés y vienen a Alemania para visitar Kehl o la Selva Negra. Aparte del tranvía, Kehl colabora activamente con las ciudades y regiones francesas, destacando Estrasburgo y Alsacia, a través de los proyectos “Eurodistrict” y “Vis-à-vis PAMINA”, que reúne las regiones de Baden-Württemberg, Pfalz y Alsacia. Para facilitar la estancia de los turistas, la información sobre los destinos más populares, Kehl, Selva Negra,

Estrasburgo y Alsacia, está disponible también en francés. Por lo tanto, el ejemplo de Kehl muestra que una ciudad pequeña puede ganar importancia en el turismo y en el intercambio cultural sin ser un destino turístico tradicional. Su posición geográfica y sus conexiones con las regiones francesas la convierten en un espacio clave de movilidad e integración regional.

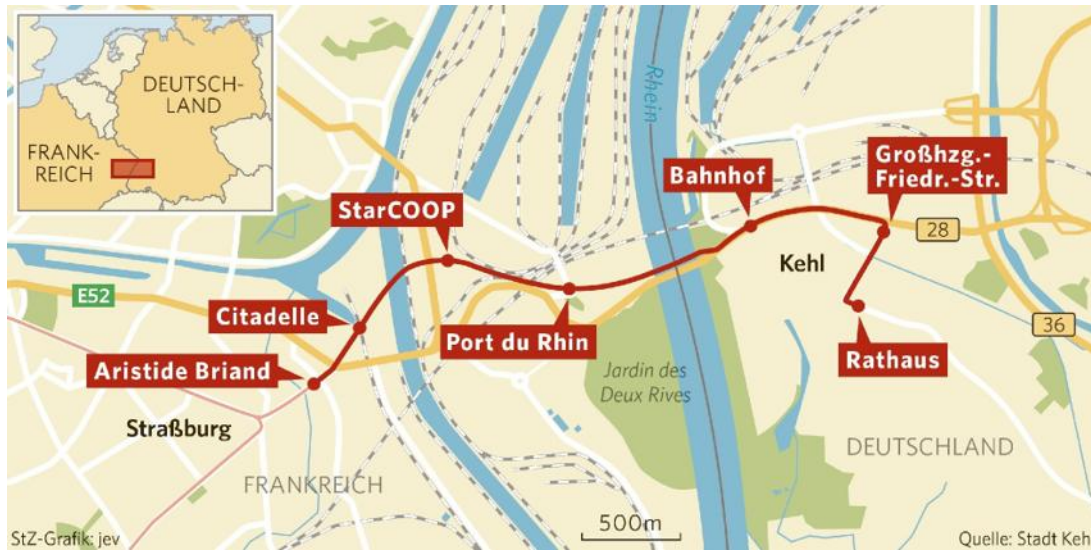


Ilustración 4: Mapa de la línea de tranvía entre Estrasburgo y Kehl, © *Stuttgarter Zeitung*

La ciudad de Freiburg le da mucha importancia a la cooperación franco-alemana y al intercambio europeo. Por eso, organiza diversos eventos para apoyar y fomentar el diálogo cultural y la idea europea en la vida diaria. Estos eventos permiten a los habitantes conocer la cultura francesa, debatir sobre los valores europeos y reforzar las cooperaciones regionales. Freiburg considera la identidad europea como un pilar esencial de su vida diaria y quiere contribuir a que Europa sea un espacio lleno de intercambio cultural y de valores. Por lo tanto, quieren acercar la cultura francesa y mejorar la cooperación entre ambos países a través de distintos eventos. Entre los eventos culturales más destacados podemos encontrar el “Photobiennale Mulhouse (BPM)”. Freiburg participa activamente en este evento desde el año 2014. Se trata de una exposición de fotografías y este año el tema principal es la *sedimentación*, centrada en el paso del tiempo. Además, existen actividades que no solamente promocionan la cultura francesa, sino también la lengua francesa, como por ejemplo visitas guiadas, debates sobre actualidad en la universidad y círculos literarios en los que se discute sobre la cultura, la política y la literatura en un nivel alto de francés. De este modo, la cultura francesa sigue presente en la vida diaria en la ciudad.



Ilustración 5: Obra maestra de la exposición *Sediments of Memory*, © *Biennale Photo Mulhouse*

La ciudad de Stuttgart es la más grande de las ciudades analizadas y es la capital de la región de Baden-Württemberg. Estos datos se manifiestan en los eventos organizados y proyectos a escala mayor en comparación con otras ciudades analizadas. Asimismo, Stuttgart tiene una estrecha relación histórica con Francia porque sus primeros contactos con Estrasburgo son del año 1961 que fueron unos años antes de la firma del Tratado del Elíseo. Esta buena relación se refleja en distintos proyectos recientes como “Cities for Children” o parlamento escolar franco-alemán donde 200 estudiantes del Abibac discutieron sobre diversos temas europeos. Asimismo, la orientación hacia los jóvenes se observa en la guardería para niños franceses o franco-alemanes, la escuela primaria con clases bilingües franco-alemanas y el instituto Wagenburg-Gymnasium que ofrece el programa Abibac, organiza cursos de teatro en francés y realiza intercambios estudiantiles con institutos franceses. Entre las instituciones culturales francesas destaca el Instituto francés que participa en la organización del evento cultural más grande, “Las semanas francesas”. Este evento, celebrado desde 1999, ofrece una amplia variedad de actividades para conocer la cooperación franco-alemana en detalle a través de diferentes instituciones o artistas y constituye un gran proyecto regional. En Stuttgart no se desarrolla solamente la cultura francesa sino también la gastronomía francesa en los restaurantes Le Tonneau o Petite France. En concreto, Petite France, dirigido por su dueño Dominique Gueydan de Avignon, lleva más de 30 años ofreciendo especialidades francesas a sus

clientes. Por lo tanto, Stuttgart es una ciudad llena de influencia francesa que es fundamental para un modelo de cooperación a mayor escala a través de proyectos conjuntos como „Eurodistrict“ y „Vis-à-vis PAMINA“ que quieren fomentar la cultura francesa en esta ciudad.



Ilustración 6: Fotografía del restaurante Petite France (Stuttgart), © Geheimtipp Stuttgart

Antes de concluir, cabe mencionar que la región de Baden-Württemberg también contribuye activamente al intercambio franco-alemán. En 2020 se firmó un acuerdo de cooperación con Francia para desarrollar alrededor de cien medidas entre las que podemos destacar el proyecto ferroviario Freiburg-Colmar o el portal para ciudadanos “FRED”. En resumen, podemos observar que tanto la región de Baden-Württemberg como las ciudades analizadas quieren participar activamente en el intercambio cultural entre Francia y Alemania. Cada lugar lo hace de manera distinta debido a su tamaño, posición geográfica u objetivos pero exactamente esta variedad regional permite a los visitantes y habitantes del oeste de Alemania encontrar lo suyo y acercarse a este intercambio entre ambos países.

4. Comparación y conclusión

El análisis de los dos casos muestra el desarrollo del intercambio cultural franco-alemán en las regiones fronterizas. Se trata de un intercambio intenso donde ambos países comparten objetivos comunes en el ambiente cultural, educativo y lingüístico. Sin embargo, existen diferencias en las formas de promoción del país vecino, en las prioridades y enfoques de los proyectos explicados.

En primer lugar, ambas regiones fronterizas, Alsacia en Francia y Baden-Württemberg en Alemania, comparten una historia conjunta debido a su proximidad geográfica, tradición compartida y relaciones económicas y culturales. Las ciudades seleccionadas nos muestran cómo estas relaciones funcionan a diferentes escalas.

Entre los aspectos comunes destacamos la importancia de la movilidad y de las infraestructuras. Sobre todo las conexiones ferroviarias y tranviarias juegan un papel esencial para facilitar el transporte diario entre los habitantes y visitantes de ambos países. Estas infraestructuras representan también la eliminación de fronteras y el fortalecimiento de una identidad europea común. Además, ambos países se enfocan mucho en la educación y en el bilingüismo porque quieren que las generaciones futuras conozcan la lengua del país vecino.

En segundo lugar, ambas regiones fronterizas presentan también diferencias que indican prioridades de cada una. La promoción de Alemania en Francia se centra especialmente en la convivencia cotidiana y la integración regional en práctica. Mientras que la promoción de Francia en Alemania manifiesta un enfoque en los eventos y proyectos culturales apoyados por las instituciones francesas presentes. Además, Francia utiliza la historia conjunta como un medio de acercamiento en su promoción de Alemania mientras que Alemania se orienta más hacia actividades actuales y modernas. Por último, existen diferencias en la escala de los proyectos estudiados. Esto se debe sobre todo al diferente tamaño de cada ciudad. En las ciudades francesas prevalecen actividades más locales o regionales. No obstante, en ciudades alemanas, destacando el ejemplo de Stuttgart, predominan eventos y proyectos que tienen una gran dimensión institucional y cultural. Esta diferencia puede tal vez reflejar las diferencias en los recursos financieros que las regiones emplean en el intercambio transfronterizo. En Francia la política cultural está más centralizada, por lo que las regiones tienen menos recursos propios para realizar grandes proyectos. En Alemania las regiones deciden por sí mismas sobre su política cultural, lo que conduce a inversiones más altas, como en Baden-Württemberg. Por eso, surgen iniciativas culturales e

instituciones grandes en las ciudades alemanas y en Francia predominan actividades locales y de menor escala.

En conclusión, ambos países ofrecen un modelo de cooperación muy avanzado, desarrollado e integrado en las regiones fronterizas de Alsacia y Baden-Württemberg. No obstante, el análisis muestra diferencias en las prioridades de la promoción. En el caso de Francia, las características principales de la promoción de Alemania son la movilidad, el bilingüismo práctico, la integración diaria y la cooperación a nivel local. Mientras que el caso de la promoción de Francia en Alemania se destaca por los grandes proyectos y eventos culturales y artísticos, la presencia de la cultura francesa como elemento de prestigio y la importancia de las instituciones francesas. A pesar de las diferencias mencionadas, ambos países quieren lograr lo mismo y algo muy esencial hoy en día que es un fortalecimiento de las relaciones mutuas y consolidar estas relaciones en base de una identidad europea fundada en el intercambio, el respeto y la cooperación.

Bibliografía / Literaturverzeichnis

Amt, Auswärtiges (o. D.): Die deutsch-französische Zusammenarbeit, Auswärtiges Amt, [online] <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/europa/zusammenarbeit-staaten/frankreich/uebersicht-209696>.

Baden-Württemberg und Grand Est vertiefen Zusammenarbeit (n.d.): Baden-Württemberg.de, [online] <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/baden-wuerttemberg-und-grand-est-vertiefen-zusammenarbeit>.

Bohrer, Carolin (n.d.): Tourist-Information | Stadt Kehl, Stadt Kehl, [online] <https://marketing.kehl.de/zu%20gast%20in%20kehl/tourist-information>.

Dg (n.d.): Home, [online] <https://www.vis-a-vis-pamina.eu/>.

Defrance, C., & Pfeil, U. (2013). 50 Jahre Élysée-Vertrag (1963–2013) / Les 50 ans du traité de l'Élysée. Berlin: EuroSoc. - <https://elibrary-utb-de.uni-flensburg.idm.oclc.org/doi/epdf/10.5555/9783839426531>

Der Rhein bei Basel, Foto: Johannes Bittner (o. D.): [online] <https://www.oberrheinrat.org/de/>.

Erfolgreiche Partnerschaft mit Frankreich (n.d.): Baden-Württemberg.de, [online] <https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/erfolgreiche-partnerschaft-mit-frankreich>.

FRED (2025): FRED - Das deutsch-französische Bürgerportal | Portail Citoyen, FRED, [online] <https://fred.info/>.

Freiburg und Frankreich - eine Spurensuche (Vortrag und Stadtführung) (o. D.): visit.freiburg.de, [online] <https://visit.freiburg.de/freiburg-und-frankreich-eine-spurensuche-vortrag-und-stadtfuehrung>.

Grafowerk (2026): ÜBER DAS PROJEKT, Französische Wochen 2026, [online] <https://www.franzoesischewochen.de/ueber-das-projekt/>.

Huber, Wolfgang (2025): Europäisches Erfolgsmodell: 3,8 Mio. Fahrten auf der Tramlinie D zwischen Kehl und Straßburg in 2024, Ortenau Journal - Das Online-Magazin Für Die Region., [online] <https://ortenau-journal.de/ortenau-direkt/europaeisches-erfolgsmodell-38-mio-fahrten->

auf-der-tramlinie-d-zwischen-kehl-und-strassburg-in-
2024/#:~:text=Seit%20April%202017%20verbindet%20die%20Tramlinie%20D%20die,%E2%8
0%93%20fast%20so%20viele%20wie%20vor%20der%20Pandemie.

Lüber, Klaus (2024): Wo die Straßenbahn über die Grenze fährt, in: deutschland.de, 02.09.2024,
[online] <https://www.deutschland.de/de/topic/leben/gemeinsame-projekte-an-der-grenze-deutschland-frankreich>.

Maunder, Hilke (2026): So viel Frankreich steckt im ... Großraum Stuttgart, Mein Frankreich,
[online] <https://meinfrankreich.com/stuttgart/>.

Ministère de la Culture | Ministère de la Culture (o. D.): [online] <https://www.culture.gouv.fr/>.

Petite France (n.d.): [online] <http://petitefrance.de/>.

Samstags-Uni: Deutschland und Frankreich (o. D.): visit.freiburg.de, [online]
<https://visit.freiburg.de/samstags-uni-deutschland-und-frankreich>.

Stadt Freiburg im Breisgau (n.d.): Veranstaltungen - www.freiburg.de - Kultur und
Freizeit/Kalender, Stadt Freiburg Im Breisgau, [online]
https://www.freiburg.de/pb/site/Freiburg/node/343211/zmdetail_34354184/Lesekreis+Franzoesische+Literatur.html?zm.sid=zm11182nyda1&nodeID=34354184.

Stadt Freiburg im Breisgau (n.d.): Veranstaltungen - www.freiburg.de - Kultur und
Freizeit/Kalender, Stadt Freiburg Im Breisgau, [online]
https://www.freiburg.de/pb/site/Freiburg/node/343211/zmdetail_33998302/Photobiennale+Mulhouse+BPM.html?zm.sid=zmot4moiycf1&nodeID=33998302.

Stadt Freiburg im Breisgau (n.d.): Stadtportal www.freiburg.de, Stadt Freiburg Im Breisgau,
[online] <https://www.freiburg.de/pb/Lde/205243.html>.

Stuttgart Tourist - Hotels, Stadtführungen, Tickets, Erlebnisse in Stuttgart (2026): Urlaubsregion
Stuttgart, [online] <https://www.stuttgart-tourist.de/>.

Tourisme | Eurodistrikt (n.d.): [online] <https://www.eurodistrict.eu/de/th%C3%A8me/tourisme>.

Über uns | Deutscher Kulturrat (o. D.): [online] <https://www.kulturrat.de/ueber-uns/>.

Wassenberg, B. (2021). La coopération transfrontalière à travers le cas de l'espace du Rhin supérieur. Nebenaussenpolitik ou contribution à la politique étrangère allemande ? (1963 à 2000). Relations internationales, 185(1), 85-96 . https://shs-cairn-info.eu1.proxy.openathens.net/article/RI_185_0085

Webadmin (2025): Vive la wir. – Grenzenlose Partnerschaft, Vive La Wir., [online] <https://vivelawir.eu/>.

Illustrationen

Illustration 1: <https://www.alsace-verte.com/culture/la-maison-du-sel/>

Illustration 2: <https://www.christmas.alsace/246002309-neuf-brisach-the-ideal-city/>

Illustration 3: <https://www.schwarzwald-aktuell.eu/news/spektakulaere-weltarchitektur-die-dreilaenderbruecke/>

Illustration 4: <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.neue-tramlinie-von-strassburg-nach-kehl-annaeherung-via-tram.b19d9cd7-fab4-4651-9510-0c18c396f999.html>

Illustration 5: <https://www.biennale-photo-mulhouse.com/2026en/sediments-of-memory/>

Illustration 6: <https://geheimtippstuttgart.de/petite-france-weindepot-und-vinothek/>

Natalia Chamizo Griñón, Nara Vicente Pablos

La promoción turística de los países

Deutsche, französische und spanische Textversionen

(spanische Version)

En el mundo cada país tiene una agencia, un logo y una estrategia para seducir al turista internacional. Pero realmente, detrás hay una serie de decisiones políticas y culturales muy concretas, qué cada país gestiona de maneras distintas, pero ¿cómo gestionan España, Francia y Alemania su imagen hacia el exterior?

El territorial branding es el proceso de construcción y promoción de una imagen única para una región geográfica, con el objetivo de distinguirla de otras y hacerla atractiva para distintos públicos. En el contexto de la política cultural europea, las instituciones públicas juegan un papel fundamental en este proceso: son las encargadas de definir y ejecutar las estrategias que proyectan la imagen de cada país, tanto hacia los turistas como hacia el mundo en general. A continuación veremos tres países, tres instituciones, tres maneras distintas de responder a la misma pregunta: ¿qué queremos que el mundo vea de nosotros?

Aunque España, Francia y Alemania utilizan ampliamente redes sociales, vídeos digitales y plataformas online para promocionar su imagen internacional, cada país construye una estrategia diferente. España apuesta por campañas emocionales y visuales centradas en el estilo de vida mediterráneo y dirigidas todavía a un turismo relativamente masivo, aunque cada vez más segmentado hacia públicos culturales o sostenibles. Francia, por su parte, utiliza un enfoque mucho más selectivo y narrativo, donde la sostenibilidad y la desconexión sirven para atraer públicos concretos interesados en experiencias auténticas y turismo responsable. Alemania adopta una estrategia más institucional y organizada, orientada hacia la sostenibilidad, la movilidad verde y el turismo cultural urbano, con campañas dirigidas principalmente a públicos específicos interesados en cultura urbana, naturaleza o experiencias locales.

En los tres casos, la cultura ocupa un lugar central dentro de la promoción turística, aunque siempre vinculada a objetivos económicos y de posicionamiento internacional. Gastronomía, patrimonio, paisajes o tradiciones funcionan no solo como elementos culturales, sino también como herramientas de competitividad y construcción de marca país.

Aunque estas campañas buscan proyectar una imagen atractiva y coherente de cada país, también plantean una cuestión importante: ¿quién decide qué aspectos de una cultura representan a toda una sociedad? Para construir una marca turística reconocible, las instituciones seleccionan ciertos símbolos e identidades fácilmente exportables, el estilo de vida mediterráneo en España, la autenticidad rural en Francia o la sostenibilidad en Alemania, mientras otros elementos quedan fuera de la narrativa oficial. Problemas sociales, tensiones políticas, masificación turística o desigualdades apenas aparecen en estas representaciones. De este modo, culturas complejas y diversas terminan transformándose en imágenes simplificadas y adaptadas a las expectativas del mercado turístico internacional.



Illustration 1: Le village de Saint-Cirq-Lapopie, en Occitanie, © M.studio / Adobe Stock



Illustration 2: Campaña *You Deserve Spain* (2024), © Turespaña / Spain.info



Illustration 3: Germany Travel – Kampagne *Simply Feel Good*, © German National Tourist Board (DZT)

El turismo institucional no es solo marketing: es una forma de política cultural que decide qué imagen de un país se exporta al mundo y, con ella, qué aspectos de una sociedad se consideran dignos de ser vistos. España, Francia y Alemania construyen narrativas distintas, pero comparten el mismo mecanismo: simplificar para seducir, seleccionar para posicionarse. Más allá de los logos y las campañas, estas estrategias tienen consecuencias reales, no solo sobre cómo nos perciben los demás, sino también sobre cómo cada sociedad acaba entendiéndose y representándose a sí misma.

(französische Version)

Dans le monde, chaque pays dispose d'une agence, d'un logo et d'une stratégie pour séduire le touriste international. Mais en réalité, derrière tout cela se cachent des décisions politiques et culturelles très concrètes, que chaque pays gère de manière différente. Alors, comment l'Espagne, la France et l'Allemagne gèrent-elles leur image vers l'extérieur ?

Le territorial branding est le processus de construction et de promotion d'une image unique pour une région géographique, avec pour objectif de la distinguer des autres et de la rendre attractive pour différents publics. Dans le contexte de la politique culturelle européenne, les institutions publiques jouent un rôle fondamental dans ce processus : elles sont chargées de définir et de mettre en œuvre les stratégies qui projettent l'image de chaque pays, aussi bien auprès des touristes que du monde en général. Nous allons examiner trois pays, trois institutions, trois manières différentes de répondre à la même question : que voulons-nous que le monde voie de nous ?

Bien que l'Espagne, la France et l'Allemagne utilisent largement les réseaux sociaux, les vidéos numériques et les plateformes en ligne pour promouvoir leur image internationale, chaque pays construit une stratégie différente. L'Espagne mise sur des campagnes émotionnelles et visuelles centrées sur le mode de vie méditerranéen, encore orientées vers un tourisme relativement de masse, bien que de plus en plus segmenté vers des publics culturels ou sensibles au développement durable. La France, quant à elle, adopte une approche bien plus sélective et narrative, où la durabilité et la déconnexion servent à attirer des publics précis intéressés par des expériences authentiques et un tourisme responsable. L'Allemagne adopte une stratégie plus institutionnelle et organisée, orientée vers la durabilité, la mobilité verte et le tourisme culturel urbain, avec des campagnes destinées principalement à des publics spécifiques intéressés par la culture urbaine, la nature ou les expériences locales.

Dans les trois cas, la culture occupe une place centrale dans la promotion touristique, mais toujours liée à des objectifs économiques et de positionnement international. Gastronomie, patrimoine, paysages ou traditions fonctionnent non seulement comme des éléments culturels, mais aussi comme des outils de compétitivité et de construction de la marque pays.

Bien que ces campagnes cherchent à projeter une image attrayante et cohérente de chaque pays, elles soulèvent également une question importante : qui décide quels aspects d'une culture représentent toute une société ? Pour construire une marque touristique reconnaissable, les institutions sélectionnent certains symboles et identités facilement exportables tels que le mode de vie méditerranéen en Espagne, l'authenticité rurale en France ou la durabilité en Allemagne, tandis que d'autres éléments restent en dehors du récit officiel. Les problèmes sociaux, les tensions politiques, le tourisme de masse ou les inégalités apparaissent à peine dans ces représentations. Ainsi, des cultures complexes et diverses finissent par se transformer en images simplifiées, adaptées aux attentes du marché touristique international.



Illustration 1: Le village de Saint-Cirq-Lapopie, en Occitanie, © M.studio / Adobe Stock



Illustration 2: Campaña *You Deserve Spain* (2024), © Turespaña / Spain.info



Illustration 3: Germany Travel – Kampagne *Simply Feel Good*, © German National Tourist Board (DZT)

Le tourisme institutionnel n'est pas seulement du marketing : c'est une forme de politique culturelle qui décide quelle image d'un pays est exportée dans le monde et, avec elle, quels aspects d'une société sont considérés comme dignes d'être vus. L'Espagne, la France et l'Allemagne construisent des récits différents, mais partagent le même mécanisme : simplifier pour séduire, sélectionner pour se positionner. Au-delà des logos et des campagnes, ces stratégies ont des conséquences réelles, non seulement sur la façon dont les autres nous perçoivent, mais aussi sur la façon dont chaque société finit par se comprendre et se représenter elle-même.

(deutsche Version)

In der Welt hat jedes Land eine Agentur, ein Logo und eine Strategie, um internationale Touristen zu verführen. Doch dahinter stecken konkrete politische und kulturelle Entscheidungen, die jedes Land auf unterschiedliche Weise trifft. Aber wie gestalten Spanien, Frankreich und Deutschland ihr Bild nach außen?

Territorial Branding ist der Prozess des Aufbaus und der Förderung eines einzigartigen Images für eine geografische Region, mit dem Ziel, sie von anderen zu unterscheiden und für verschiedene Zielgruppen attraktiv zu machen. Im Kontext der europäischen Kulturpolitik spielen öffentliche Institutionen eine grundlegende Rolle in diesem Prozess: Sie sind dafür zuständig, die Strategien zu definieren und umzusetzen, die das Image jedes Landes sowohl gegenüber Touristen als auch gegenüber der Welt im Allgemeinen projizieren. Im Folgenden betrachten wir drei Länder, drei Institutionen, drei verschiedene Antworten auf dieselbe Frage: Was wollen wir, dass die Welt von uns sieht?

Obwohl Spanien, Frankreich und Deutschland soziale Netzwerke, digitale Videos und Online-Plattformen zur Förderung ihres internationalen Images umfassend nutzen, verfolgt jedes Land eine andere Strategie. Spanien setzt auf emotionale und visuelle Kampagnen, die auf den mediterranen Lebensstil ausgerichtet sind und sich noch immer an einen relativ massenhaften Tourismus richten, wenngleich zunehmend auf kulturell oder nachhaltig interessierte Zielgruppen ausgerichtet. Frankreich hingegen verfolgt einen wesentlich selektiveren und narrativeren Ansatz, bei dem Nachhaltigkeit und Entschleunigung dazu dienen, konkrete Zielgruppen anzusprechen, die an authentischen Erlebnissen und verantwortungsvollem Tourismus interessiert sind. Deutschland

verfolgt eine institutionelle und organisierte Strategie, ausgerichtet auf Nachhaltigkeit, grüne Mobilität und urbanen Kulturtourismus, mit Kampagnen, die sich hauptsächlich an spezifische Zielgruppen richten, die an Stadtkultur, Natur oder lokalen Erlebnissen interessiert sind.

In allen drei Fällen nimmt Kultur einen zentralen Platz in der Tourismuswerbung ein, stets jedoch verbunden mit wirtschaftlichen Zielen und internationalem Positionierungsstreben. Gastronomie, Kulturerbe, Landschaften oder Traditionen funktionieren nicht nur als kulturelle Elemente, sondern auch als Werkzeuge der Wettbewerbsfähigkeit und des Nation Brandings.

Obwohl diese Kampagnen darauf abzielen, ein attraktives und kohärentes Bild jedes Landes zu vermitteln, werfen sie auch eine wichtige Frage auf: Wer entscheidet, welche Aspekte einer Kultur eine ganze Gesellschaft repräsentieren? Um eine erkennbare Tourismusmarke aufzubauen, wählen die Institutionen bestimmte leicht exportierbare Symbole und Identitäten aus, wie den mediterranen Lebensstil in Spanien, die ländliche Authentizität in Frankreich oder die Nachhaltigkeit in Deutschland, während andere Elemente aus der offiziellen Erzählung ausgeblendet bleiben. Soziale Probleme, politische Spannungen, Massentourismus oder Ungleichheiten tauchen in diesen Darstellungen kaum auf. Auf diese Weise werden komplexe und vielfältige Kulturen zu vereinfachten, an die Erwartungen des internationalen Tourismusmarktes angepassten Bildern.



Illustration 1: Le village de Saint-Cirq-Lapopie, en Occitanie, © *M.studio / Adobe Stock*



Illustration 2: Campaña *You Deserve Spain* (2024), © Turespaña / Spain.info



Illustration 3: © German National Tourist Board (DZT) / Germany Travel – Kampagne *Simply Feel Good*.

Institutioneller Tourismus ist nicht nur Marketing: Es ist eine Form der Kulturpolitik, die entscheidet, welches Bild eines Landes in die Welt exportiert wird und welche Aspekte einer Gesellschaft als sehenswert gelten. Spanien, Frankreich und Deutschland konstruieren unterschiedliche Narrative, teilen aber denselben Mechanismus: vereinfachen, um zu verführen, und auszuwählen, um sich zu positionieren. Jenseits von Logos und Kampagnen haben diese Strategien reale Konsequenzen, nicht nur dafür, wie andere uns wahrnehmen, sondern auch dafür, wie sich jede Gesellschaft letztendlich selbst versteht und darstellt.

Literaturverzeichnis/Bibliographie/ Bibliografía

Turespaña (s.f.) *Campanas histórico turismo*. Disponible en:
<https://www.tourspain.es/es/campanas-historico-turismo/>

Turespaña (2024) *You Deserve Spain 2024*. Disponible en: <https://www.tourspain.es/es/notas-prensa-turismo/you-deserve-spain-2024/>

Turespaña (2024) *Turespaña actualiza campaña You Deserve Spain verano*. Disponible en:
<https://www.tourspain.es/es/notas-prensa-turismo/turespana-actualiza-campana-you-deserve-spain-verano/>

Turespaña (2024) *You Deserve Spain — vídeo oficial* [Vídeo en línea]. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=sgai-i52IK0>

Spain Tourism (s.f.) *Spain.info — web oficial de turismo de España*. Disponible en:
<https://www.spain.info/es/>

Spain Tourism (s.f.) *Canal oficial de YouTube* [Canal de YouTube]. Disponible en:
<https://www.youtube.com/@spain>

Spain Tourism (s.f.) *Cuenta oficial de Instagram* [Instagram]. Disponible en:
<https://www.instagram.com/spain/?hl=es>

Turespaña (s.f.) *Plan estratégico de marketing turístico*. Disponible en:
<https://www.tourspain.es/es/plan-estrategico-marketing-turismo/>

SEGITTUR (s.f.) *www.spain.info — web oficial de turismo de España*. Disponible en:
<https://www.segittur.es/promocion-digital/proyectos-promocion/www-spain-info-web-oficial-de-turismo-de-espana/>

Atout France (s.f.) *Atout France España y tienda online*. Disponible en:
<https://www.france.fr/es/articulo/atout-france-espana-y-tienda-line/>

L'Écho Touristique (s.f.) *Adam Oubuih nombrado director general de Atout France*. Disponible en: <https://www.lechotouristique.com/article/adam-oubuih-nomme-directeur-general-datout-france>

Trageto (s.f.) *Estrategia turística francesa: crecimiento sostenible y diversificación regional*. Disponible en: <https://trageto.com/es/Estrategia-turística-francesa--crecimiento-sostenible-y-diversificación-regional/>

Atout France (s.f.) *Catálogo de operaciones*. Disponible en: <https://www.atout-france.fr/fr/catalogue/operations-carte>

Le Camp (s.f.) *Slow tourisme en France*. Disponible en: <https://www.le-camp.fr/slow-tourisme-en-france/>

France Uncovered (2024) *#ExploreFrance Dream Big Live Slow — Atout France and sustainable tourism*. Disponible en: <https://franceuncovered.com/2024/03/28/explorefrance-dream-big-live-slow-atout-france-and-its-partners-are-committed-to-increasingly-sustainable-tourism/>

Germany Tourism (s.f.) *Nachhaltigkeit — Feel Good*. Disponible en: <https://www.germany.travel/de/feel-good/nachhaltigkeit.html>

Germany Tourism (s.f.) *Globale Kampagnen — Feel Good*. Disponible en: <https://www.germany.travel/de/trade/marktbearbeitung/globale-kampagnen/feel-good.html>

Germany Tourism (s.f.) *Canal oficial de YouTube* [Canal de YouTube]. Disponible en: <https://www.youtube.com/@GermanyTourism>

Germany Tourism (s.f.) *Cuenta oficial de Instagram* [Instagram]. Disponible en: <https://www.instagram.com/germanytourism/>

Deutschland.de (s.f.) *Travel in Germany*. Disponible en: <https://www.deutschland.de/en/travel-in-germany>

Germany Tourism (s.f.) *Página oficial de turismo de Alemania*. Disponible en: <https://www.germany.travel/de/startseite.html>

II. Kultur und Medien – Culture et médias – Cultura y medias

Marie-Christine Carstensen, Katarina Kühn

ARTE comme projet culturel européen

Texte auf Deutsch und Französisch

Introduction



Illustration 1: “ARTE relie les peuples”, © Katarina Kühn

En Europe, les cultures sont nombreuses, mais elles ne se rencontrent pas toujours facilement. Et s'il existait un média capable de créer un lien entre elles ? ARTE est une chaîne culturelle européenne de service public. Cet article explore comment ARTE représente la politique culturelle européenne et quelle vision de l'avenir elle propose pour l'Europe et ses cultures multiples.

Histoire de la création et contexte de la politique culturelle

Motivation politique de la création

Pour comprendre la motivation pour la fondation de la chaîne de télévision ARTE, il est nécessaire de comprendre que l'Europe au début a été souvent basé sur les intérêts économiques comme Bergson le constatait (cf. Binet 2012 : 118). Même si une culture européenne déjà préexistait, il n'y avait pas un « sentiment identitaire commun » (Binet 2012 : 118). Binet souligne que la « création de la chaîne de télévision franco-allemande Arte » était « née d'une volonté de coopération de deux moteurs de la construction européenne » pour « favoriser la compréhension et le rapprochement entre les peuples d'Europe » (Binet 2012 : 119). Utard mets en lumière que

l' « Europe pourtant est explicitement au cœur des ambitions de la chaîne » (Utard 2005 : 89). En autres mots, ARTE est « un concept de programmation novateur » (Binet 2012 : 122). On voulait créer un « dialogue culturel en Europe » et « une opinion publique européenne capable de dialoguer » (Wenger 2002 : 148). Dans ce contexte, on parle du concept de l' « européanis[ation] » (Binet 2012 : 122). Pour créer une Europe forte, on doit éduquer une « conscience citoyenne européenne et [...] un sentiment identitaire commun », « une même identité culturelle européenne » (Binet 2012 : 118-119). Les « enjeux politiques » et « culturels » (Binet 2012 : 99) se voient dans l'histoire de fondation d'ARTE.

Fondation d'ARTE

En 1984, les Français ont fait des « propositions pour l'élaboration d'un programme de télévision européenne » (Binet 2012 : 123). En 1986, les Français ont créé la « chaîne culturelle [...] La Sept, prédécesseur d'Arte » (Binet 2012 : 123). Cette « nouvelle chaîne inspira la signature du novembre 1988 par Helmut Kohl et François Mitterrand » qui traite « les possibilités de création d'une chaîne culturelle commune » (Binet 2012 : 123). Le 2 octobre 1990 marque le début officiel d'ARTE. (Binet 2012 : 123). Cette chaîne de télévision culturelle est un produit d' « une amitié franco-allemande » (Binet 2012 : 125). Binet met en lumière que la création d'ARTE en 1990 est historiquement très proche à la Réunification allemande en 1991, ce qui est très symbolique, parce-là ARTE peut symboliser la Réunification des pays européens (Binet 2012 : 124).

Politique culturelle : quel est le but d'ARTE ?

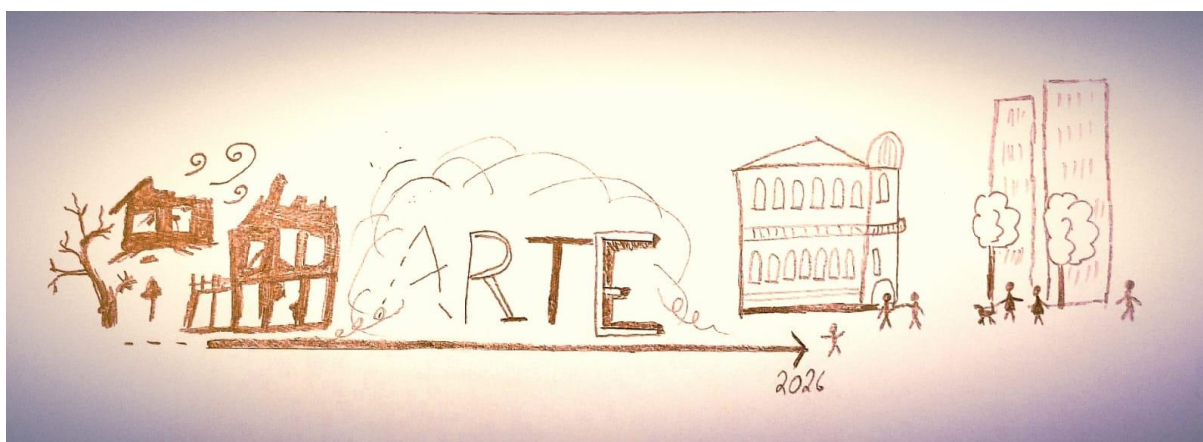


Illustration 2: "L'histoire d'ARTE", © Katarina Kühn

Le but d'ARTE est de « produire une version d'un monde sans frontière » (Utard 2005 : 89). Cette chaîne est « une manière de [...] voir » « le monde » (Utard 2005 : 90). L'audience peut « se familiariser » avec d'autres cultures et « détacher le regard de son ancre national » (Utard 2005 : 90). ARTE veut créer un « esprit d'ouverture », « le respect de l'autre » et « créer une opinion publique européenne capable de dialoguer » à cause d'une « identité culturelle européenne » (Binet 2012 : 119, 148). Wenger parle du concept de « Claude-Levi Strauss » qui constitue que « les cultures en Europe ne se rassemblent pas parce qu'elles ont de semblable mais parce qu'elles ont de différent » (Wenger 2002 : 149).

Structure, financement et modèle institutionnel

Organisation

La chaîne de télévision ARTE est « un groupement européen d'intérêt économique (GEIE) » (Utard 2005 : 90). D'autres mots, c'est « une association entre sociétés de télévision qui assure leur développement économique par la création d'une organisation commune » (Utard 2005 : 90). L'abréviation veut dire **A**ssociation **R**elative à la **T**élévision **E**uropéenne (cf. Binet 2012 :124). L'« établissement centrale française » « Arte G.E.I.E » se trouve à « Strasbourg » (Binet 2012 : 123). Arte France a sa centrale à Issy-Les-Moulineaux à Paris et elle appartient à 45% par France Télévisions, à 25% par le gouvernement français, à 15% par le radio de l'état français, et à 15% de l'INA (cf. ARTE G.E.I.E (2026a)). Arte Deutschland TV GmbH a sa centrale à Baden-Baden et elle appartient à 50% par ZDF et à 50% par ARD (cf. ARTE G.E.I.E (2026b)). Ces « deux pôles d'édition et de fourniture de contenus » sont la base d'ARTE (cf. ARTE G.E.I.E (2026c)).

Financement

En général, la chaîne de télévision ARTE est financée « du côté allemand sur une partie de la redevance télévisuelle » et « du côté français » par « l'Assemblée nationale et le gouvernement » (Wenger 2002 : 145). En Allemagne, c'est « la contribution obligatoire à l'audiovisuel public (*Rundfunkbeitrag*) », et en France « l'audiovisuel public est financé par une fraction du produit de la TVA » d'après « la loi en 2024 » (cf. ARTE G.E.I.E (2026c)). Grâce au « financement public », ARTE ne doit pas « se soucier de shareholder-value » (Wegner 2002 : 144). En 2026, ARTE constate qu'ils ont un « financement public à 95 % » (cf. ARTE G.E.I.E (2026c)).

Lieu de diffusion/ logique de production

En ce système, Arte France et Arte Deutschland GmbH « conservent leur autonomie et leur activité propre » et ils ont une « égalité de droit et de devoir » (Utard 2005 : 91). ARTE a des « partenariats d'association » avec de « nombreux pays d'Europe » comme la télévision publique polonaise, espagnole, belge et suisse, et d'Asie mineure, tels que l'Azerbaïdjan, l'Arménie et le Kurdistan » (Binet 2012 : 125). Le contenu du programme dépend « essentiellement de la politique audiovisuelle européenne » (Binet 2012 : 126). ARTE déclare en 2026 que « le siège social et pôle de diffusion ARTE GEIE à Strasbourg » (cf. ARTE G.E.I.E (2026d)). ARTE GEIE est contrôlé par les contrôleurs de l'Assemblée générale (cf. ARTE G.E.I.E (2026d)). ARTE est différent que les « programmes télévisés nationaux », puisqu'on s'adresse à un « public européenne » avec des « limites mentales » différent et on doit créer un « dialogue interculturel » (Wegner 2002 : 146, 148). Utard explique qu'une difficulté centrale sont les sujets historiques sensibles et les différences culturelles du public (cf. Utard 2005 : 99). ARTE déclare en 2026 qu'« ARTE se doit de respecter les règles éthiques et déontologiques » (cf. ARTE G.E.I.E (2026d)).



Illustration 3 : “Les sièges d’ARTE”, © Katarina Kühn

Ciblage et rayonnement numérique

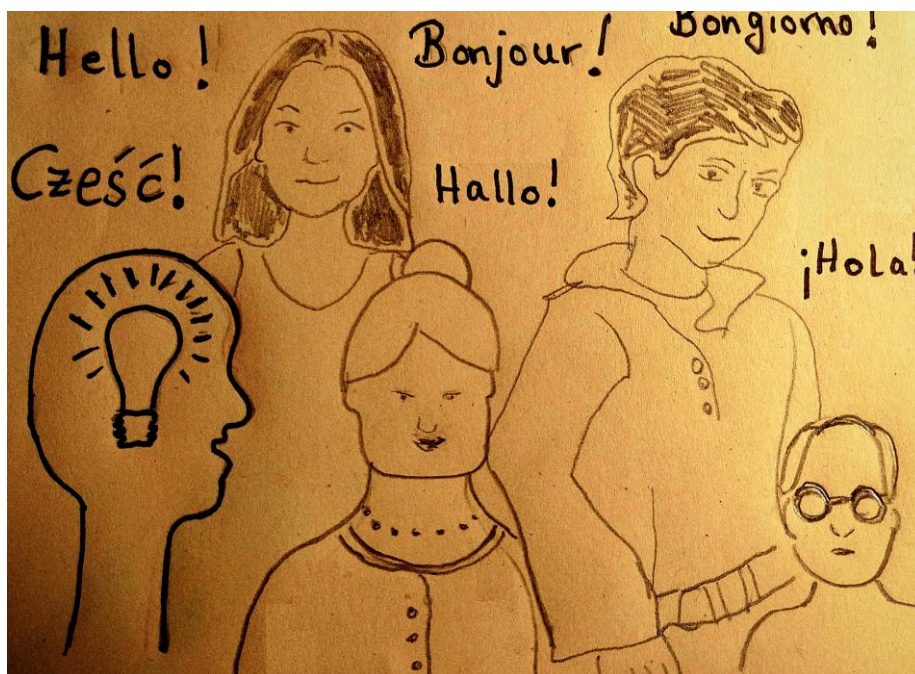


Illustration 4 : “Le public d’ARTE”, © Marie-Chr. Carstensen

Une communauté polyglotte – l’audience d’ARTE

La chaîne multilingue cible un public multiculturel européen. Il n’est pas majoritairement dépeint par des critères démographiques (âge, sexe, lieu de résidence, situation familiale), comme c’est le cas pour l’audience classique de chaîne de télévision linéaire. La clientèle d’ARTE est plutôt caractérisée par un téléspectateur curieux de découvrir la culture de leurs voisins européens (cf. ARTE G.E.I.E (2026f)). En six langues elle produit et diffuse des émissions éclectiques de tous types et sur tous canaux — sur la plateforme *arte.tv* accessible dans toute l’Europe, la télévision classique et les médias sociaux (cf. ARTE G.E.I.E (2026e)). Bien que la majorité d’émissions soit accessibles en allemand et français les langues anglais, espagnol, polonais et italien sont également intégrées (cf. ARTE G.E.I.E (2026e)) de façon que 70% des Européens peuvent recevoir Arte en leur langue première (cf. ARTE G.E.I.E (2026e)), le volume de spectateurs s’accroît progressivement (cf. ARTE G.E.I.E (2026e)). En 2024 un nombre de 9,1 millions d’utilisateurs se sert de l’offre européen numérique, plateformes tierces (Instagram, Facebook, YouTube) inclus, ce qui représente une croissance de 11% depuis l’offre multilingue (ARTE G.E.I.E. (2026h)). Graduellement la chaîne crée une communauté polyglotte entre un nombre de culture considérable, liée par une offre facilement accessible.

L'art de la programmation

ARTE : Un carrefour des curiosités

Même si le cœur d'ARTE bat en français et en allemand depuis trois décennies, la chaîne franchit une nouvelle étape depuis 2015 en s'ouvrant avec succès à l'anglais, l'espagnol, le polonais et l'italien (cf. ARTE G.E.I.E. (2026g)). Elle est devenue un véritable carrefour de culture et de découvertes culturelles exclusives. Le but du programme d'émission étant d'atteindre un public européen le plus divers possible en ce qui concerne le contexte culturel et le plurilinguisme.

La chaîne propose des formats d'émission diversifiés et créatifs. 70% des Européens peuvent profiter d'une programmation en leurs langue sous forme de documentaires, reportages, magazine de plateau (p.e. "*Streetphilosophy*"), magazine d'information (p.e. "*28 minutes*"), séries web (p.e. "*Unhappy*"), concerts et opéras (cf. ARTE G.E.I.E. (2026g)).

Un exemple exemplaire de format court réussit et bien connu représente l'émission KARAMBOLAGE qui décode les stéréotypes des Allemands et des Français et aide ainsi à surmonter une vision bornée (cf. MINISTÈRE FÉDÉRAL DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES- Missions allemandes en France (1995 – 2026 l)). En bref : Karambolage *apprend l'Europe* aux spectateurs (cf. Ibid 1995 – 2026 l).

En dehors des formats courts, les longs-métrages venus d'Europe et d'ailleurs - souvent inédits à la télévision et en version originale - viennent compléter une grille de programmes de divertissement riche et diversifiée (cf. ARTE G.E.I.E. (2026e)).

Ainsi, depuis 1992, ARTE est devenue une référence pour tous les esprits européens curieux cherchant à les informer, les émouvoir et les divertir (cf. ARTE G.E.I.E. (2026e)) tout en intégrant un échange et une sensibilisation culturelle captivante. Elle s'affirme comme un véritable carrefour de curiosités joignable par tous moyens techniques : le site web, l'application pour Smartphone ou tablette, l'application pour smart TV, les plateformes conversationnelles et de streaming vidéo (cf. ARTE G.E.I.E. (2026g)).

Par ces moyens numériques et actuels l'émetteur de télévision devient un créateur d'une passerelle culturelle en vogue qui rend visible des propriétés typiques de chaque pays européen de façon ludique et curieuse mais aussi profonde et recherchée.

Façonner l'Europe par la culture : L'ambition d'ARTE



Illustration 5: “Kultura”, © Marie-Chr. Carstensen

Dès l’initiation l’idée d’ARTE était de bâtir l’Europe à travers le rapprochement de la France et de l’Allemagne en créant un programme franco- allemand axé sur la qualité, la pluralité et la créativité (cf. *MINISTÈRE FÉDÉRAL DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES*- Missions allemandes en France (1995 – 2026 I)).

“L’innovation technique, la recherche de formats innovants et les écritures nouvelles sont dans son ADN.”

Dit Almut Lange sur la chaîne ARTE, Missions allemandes en France (Auswärtiges Amt)

Depuis 2024 la chaîne n'élargit non seulement le nombre de langues mais aussi son apparition sur toutes plateformes numériques afin de créer un espace culturelle commun et partagé par les différents pays européens.

L'avenir d'ARTE: stratégies, défis et perspectives

Numérisation et stratégie de plateforme

L'année 2024 a été une année d'importance stratégique pour la conception de la numérisation d'ARTE. *L'ARTE COMMUNITY* se déploie sur YouTube, TikTok, Facebook, Snapchat, Instagram et met à disposition une propre lettre d'information hebdomadaire. Avec ce principe de distribution l'émetteur gagne environ 700 000 followers en 2024, comparé aux chiffres de l'année précédente (cf. ARTE G.E.I.E. (2026i)).

En outre, en dehors de ce monde numérique, *L'ARTE COMMUNITY* s'implique dans les principaux festivals de culture et de documentaires comme le *Green Film Festival (CraCow)*, le *FIAS –Festival International de Arte Sacro* à Barcelone en 2024, le *30 Festical Ciné France – Malaga*, le festival *Il cinema ritrovato* à Bologne en 2024, WatchDocs à Varsovie, le 22. Jewish Filmfestival Kamera (cf. ARTE G.E.I.E. (2026i)).

La chaîne télé ne se prive pas d'apparaître régulièrement dans les médias mainstream en y publiant son catalogue et sa marque (cf. ARTE G.E.I.E. (2026i)). De plus elle travaille toujours en coopération avec les institutions culturelles suivantes: Goethe Institut, Instituto Cervantes, Ópera XXI, Alliance Française, Institut Français et le Chillida Leku en Espagne (cf. ARTE G.E.I.E. (2026i)).

La présence sur cette multitude de plateformes en étant actuel en permanence, permet de se réinventer continuellement et permet de rester en contact avec les développements techniques, sociaux et culturels de l'avenir.

Défis

L'objectif d'ARTE a toujours été de rendre possible l'accessibilité à la culture au plus grand nombre (cf. LA BOUCLE MÉDIA (2024j)).

Depuis l'explosion de l'internet la chaîne de télévision classique se retrouve face au grand défi de ne pas perdre son audience et passer dans les archives médiatiques. Le but: changer l'image de "chaîne de vieux" en attirant la jeune génération (cf. (<https://www.laboucle.fr/media-article/la-transformation-digitale-darte-une-masterclass>)). C'est depuis 2002 que la recherche de nouvelles espaces

d'attention se montre par exemple par l'invention de l'ARTE Radio (cf. LA BOUCLE MÉDIA (2024j)).

Malgré un programme ciblant les thèmes d'intellos et l'option éditorial ayant une fibre élitiste peu fédératrice (cf. LA BOUCLE MÉDIA (2024j)), la chaîne d'art se métamorphose intégralement par l'assimilation des médias du temps.

Pourtant cette omnidécouvrabilité, c'est à dire, la capacité d'être présent sur tous les canaux en même temps tout le temps en prenant en compte le fonctionnement différent de chaque canal demande une volonté ferme et organisée. "Il faut comprendre la spécificité de chaque réseau social, s'adapter à ses utilisateurs et jouer selon leurs codes. Autrement dit, pour attirer les jeunes, il faut parler leur langage" (cf. LA BOUCLE MÉDIA (2024j)).

Dans l'enjeu politique culturelle international ARTE se donne pour tâche de lutter contre la diffusion de la désinformation venant par les grands pouvoirs américains, chinois et russes et donner plus de corps à la voix européenne dans l'avenir (cf. TÉLÉPRO (2025k)).

Vision future

La vision future d'ARTE se construit autour de l'idéal : européen et numérique d'abord (cf. *MINISTÈRE FÉDÉRAL DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES*- Missions allemandes en France (1995 – 2026 l). L'émetteur culturel franco-allemand prévoit la progression de l'utilisation en donnant la priorité à l'optimisation de sa plateforme de streaming et au choix éditorial focalisé sur les défis majeurs en ce qui concerne les enjeux sociaux, la diffusion des connaissances et la pluralité des angles de vues européens (cf. *MINISTÈRE FÉDÉRAL DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES*- Missions allemandes en France (1995 – 2026 l)). Toutes les actions actuelles et futures de la chaîne s'intègrent dans l'optique générale de réunir l'Europe à travers la création d'un socle culturel européen commun.

Conclusion

ARTE est un projet culturel européen important, car la chaîne réunit plusieurs pays autour de la culture, de l'information et du dialogue. Grâce à son financement commun, à sa création franco-allemande et à ses objectifs européens, ARTE montre comment les médias peuvent renforcer la coopération et l'identité culturelle en Europe.

Le message pour l'Europe ciblé sur le raccordement des pays divers proposé sous formats d'émission créatifs, innovants et captivants atteint aujourd'hui 70% des Européens en leurs langues maternelles. Ce qui a débuté en France et en Allemagne est en train de devenir, avec succès,

un porteur de responsabilité pour la culture et l'histoire européenne partagées par les citoyens européens venant d'horizons multiples.

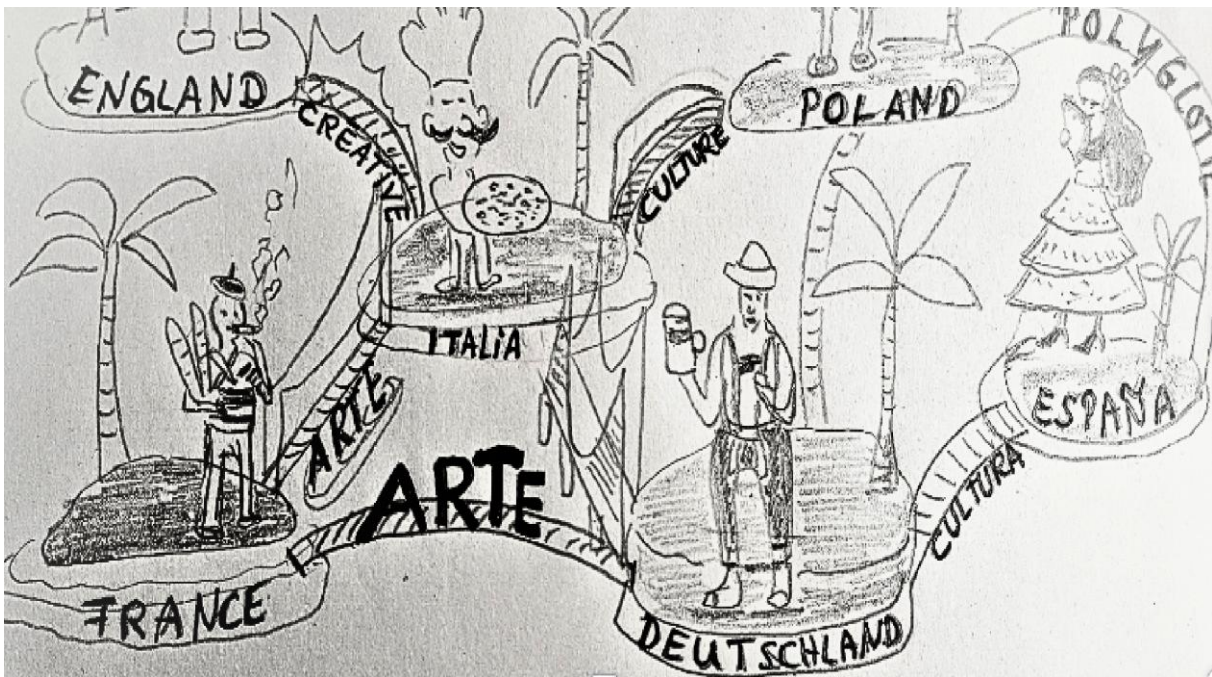


Illustration 6: "L'ambition d'ARTE de créer une culture européenne", © Marie-Chr. Carstensen

Synthese der zentralen Aspekte auf Deutsch

Version abrégée de l'article en allemand

Die Gründung von ARTE hatte politische und kulturelle Gründe: Europa sollte stärker zusammenwachsen und ein gemeinsames Bewusstsein entwickeln. Die Idee entstand besonders aus der Zusammenarbeit zwischen Deutschland und Frankreich, um das Verständnis zwischen den Ländern zu fördern. Vorläufer war ein französischer Kultursender und 1990 wurde ARTE offiziell gegründet. Ziel des Senders ist es, ein Europa ohne Grenzen zu zeigen und Menschen mit verschiedenen Kulturen vertraut zu machen. ARTE möchte Offenheit, Respekt und einen gemeinsamen europäischen Dialog fördern, trotz kultureller Unterschiede.

Der Sender ARTE ist eine deutsch-französische Kooperation und hat seinen Sitz in Straßburg. Er wird hauptsächlich durch öffentliche Gelder aus Deutschland und Frankreich finanziert. Die beiden Partnerorganisationen arbeiten eigenständig, sind aber gleichberechtigt organisiert. ARTE richtet sich an ein europäisches Publikum und fördert den kulturellen Austausch und Kulturtransfer. Dabei

berücksichtigt der Sender kulturelle Unterschiede und hält sich an ethische sowie deontologische Regeln.

4.0 Targeting und Digitale Präsenz

4.1 Eine vielsprachige Gemeinschaft – die Zuschauer von ARTE

Die Zielgruppe des polyglotten Fernsehsenders zeichnet sich als europäisches, multikulturelles Publikum aus, das nicht vorrangig durch demographische Kriterien wie Alter, Geschlecht, Lebensort oder Familienstand bestimmt wird, wie es beim klassischen, linearen Fernsehen der Fall ist. Es handelt sich vielmehr um eine Zuschauergemeinschaft, die neugierig neues über die Kultur ihrer europäischen Nachbarn erfahren möchte (vgl. ARTE G.E.I.E (2026f)). Der Sender produziert und strahlt vielseitige Sendungen jeder Art auf allen Kanälen aus – auf *arte.tv*, in ganz Europa erreichbar, im linearen Fernsehen und auf allen aktuellen Social Media.

Obwohl der überwiegende Teil des Sendungsprogrammes auf Deutsch und auf Französisch zugänglich ist, sind die Sprachen Englisch, Spanisch, Polnisch und Italienisch derweil so erfolgreich integriert, dass 70% der Europäer auf ihrer Muttersprache empfangen können (vgl. ARTE G.E.I.E (2026e)), Tendenz steigend. Dank des digitalen Angebots auf Instagram, Facebook und YouTube ist die Zuschauerzahl seit 2024 um 11% gestiegen (vgl. ARTE G.E.I.E. (2026h)).

4.2 Die Kunst der Programmgestaltung

4.2.1 ARTE: Ein Knotenpunkt vieler Besonderheiten

Zwar schlägt ARTEs Herz seit drei Jahrzehnten auf Deutsch und Französisch, doch überschreitet der Sender seit 2015 die Schwelle in eine neue Etappe, indem er sich dem Englischen, Spanischen, Polnischen und dem Italienischen öffnet (vgl. ARTE G.E.I.E. (2026g)). Seitdem hat er sich zu einem wahrhaftigen Knotenpunkt europäischer, exklusiver, kultureller Entdeckungen entwickelt.

Der Fernsehkanal bietet für 70% aller Europäer:innen ein buntes, kreatives Programm in Form von Dokumentarfilmen, Reportagen, Fernsehmagazinen (z.B. "*Streetphilosophy*"), Infosendungen (z.B. "*28 Minuten*"), Online- Serien (z.B. "*Unhappy*"), Konzerte und Opern (vgl. ARTE G.E.I.E. (2026g)). Ein besonders bekanntes und erfolgreiches Beispiel eines Kurzformats stellt das Kulturmagazine *KARAMBOLAGE* dar, welche typisch deutsche und typisch französische Eigenschaften spielerisch analysiert und humorvoll darstellt, um Zuschauern ein Abweichen von einer engstirnigen Sichtweise auf ihre europäischen Nachbarn zu erleichtern. Kurz : Durch

Karambolage „erlernen Zuschauer:innen Europa.“ (vgl. MINISTÈRE FÉDÉRAL DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES- Missions allemandes en France (1995 – 2026 I)).

Außer der Kurzformate bietet das ARTE- Programm jedoch ebenso Spielfilme, häufig übrigens als Erstaussstrahlung und in Originalfassung, die das facettenreiche, abwechslungsreiche Kulturprogramm vervollständigen. (vgl. ARTE G.E.I.E. (2026e)).

So ist ARTE seit 1992 eine europaweite Referenz für alle wissbegierigen, neugierigen Menschen in Europa, die sich informieren, berühren und unterhalten lassen möchten (cf. ARTE G.E.I.E. (2026e)). Der Sender erreicht und sensibilisiert sein Publikum durch neuartige Vernetzungen und die Möglichkeit von jedem technischen Endgerät, sei es das Smartphone, das Tablet, das Smart TV oder durch Kommunikations- und Streamingvideos auf die Kulturbonbons zuzugreifen (cf. ARTE G.E.I.E. (2026g)).

Nicht nur kurze, kulturelle Anekdoten lassen den Kreativkanal zum Gestalter eines kulturellen Brückenbogens werden, sondern auch die tiefgründigen und informationsreichen Beiträge, die typische Eigenschaften jedes Landes aufschlüsseln, unterstreichen die geistreiche Sensibilisierung.

4.2.2 Europa bilden durch Kultur: ARTEs Ehrgeiz

Seit der Gründung war die Grundidee von ARTE, Europa zu formen, indem sich durch ein hoch qualitatives, vielfältiges und kreatives deutsch-französisches Programm Deutschland und Frankreich annähern (vgl. MINISTÈRE FÉDÉRAL DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES- Missions allemandes en France (1995 – 2026 I)).

„Technische Innovation, die Suche nach innovativen Formaten und neuen Schreibweisen liegen in seiner DNA“

Sagt Almut Lange über ARTE, Missions allemandes en France (Auswärtiges Amt)

Seit 2024 erweitert der Sender nicht nur die Sprachenanzahl, sondern auch seine Präsenzplattformen, um einen gemeinsamen, geteilten Kulturraum aller europäischen Länder zu schaffen.

Kapitel 5:

Das Jahr 2024 war für die digitale Ausrichtung des Fernsehsenders ARTE von strategischer Bedeutung. Durch die gezielte Verbreitung von Inhalten auf Plattformen wie YouTube, TikTok und Instagram konnte die „ARTE COMMUNITY“ rund 700.000 neue Follower gewinnen. Abseits der digitalen Welt engagierte sich die Community auf zahlreichen bedeutenden Kultur- und Dokumentarfilmfestivals in ganz Europa. Zudem stärkte der Sender seine Marke durch Präsenz in den Mainstream-Medien und durch Kooperationen mit renommierten Kulturinstitutionen wie dem Goethe-Institut oder der Alliance Française. Diese vielseitige und aktuelle Medienpräsenz ermöglicht es ARTE, sich kontinuierlich neu zu erfinden und zukunftsfähig zu bleiben.

ARTE transformiert sich durch digitale Präsenz auf allen Kanälen, um das Image eines „Altherrensenders“ abzulegen und gezielt eine jüngere Zielgruppe in deren eigener Sprache anzusprechen. Neben dieser Modernisierung verfolgt der Sender das kulturpolitische Ziel, internationaler Desinformation entgegenzuwirken und der europäischen Stimme mehr Gewicht zu verleihen.

Der deutsch-französische Kulturkanal ARTE richtet seine Zukunftsvision konsequent an dem Leitbild „Europa und Digitalisierung zuerst“ aus. Dabei konzentriert sich der Sender auf die Optimierung seiner Streaming-Plattform und eine Programmauswahl zu gesellschaftlichen Herausforderungen, um Europa durch ein gemeinsames kulturelles Fundament zu vereinen.

6.0 Fazit

ARTE ist ein wichtiges europäisches Kulturprojekt, da der Sender vielerlei Länder durch kulturelle, informative und kommunikative Themen verbindet. Dank der gemeinsamen Finanzierung, seiner deutsch- französischen Gründung und seiner europäischen Ziele zeigt ARTE, wie Medien die Zusammenarbeit und die kulturelle Identität von Europa stärken können.

Die auf die Verbindung der grundverschiedenen Länder abzielende und in Form von kreativen, innovativen und spannenden Sendungen formulierte Message an Europa erreicht heutzutage 70% der Europäer:innen auf ihrer Muttersprache. Was einst in Deutschland und in Frankreich begann, ist aktuell dabei, mit Erfolg ein Träger der Verantwortung für von europäischen Bürger:innen unterschiedlichster Herkunft geteilte Kultur und Geschichte zu werden.

Literaturverzeichnis / Bibliographie

ARTE G.E.I.E. (2026a): *Das französische Mitglied*. Zugriff über: <https://corporate.arte.tv/de/das-franzoesische-mitglied-arte-france/> (Zuletzt zugegriffen am 08.05.2026 um 09: 59)

ARTE G.E.I.E. (2026b): *Das deutsche Mitglied*. Zugriff über: <https://corporate.arte.tv/de/das-deutsche-mitglied-arte-deutschland-tv-gmbh/> (Zuletzt zugegriffen am 08.05.2026 um 10: 00)

ARTE G.E.I.E. (2026c): *Financement*. Zugriff über: <https://corporate.arte.tv/fr/financement/> (Zuletzt zugegriffen am 08.05.2026 um 10: 01)

ARTE G.E.I.E. (2026d): *Gouvernance*. Zugriff über: <https://corporate.arte.tv/fr/gouvernance/> (Zuletzt zugegriffen am 08.05.2026 um 10: 02)

ARTE G.E.I.E. (2026e): *Que faisons nous*. Zugriff über: <https://corporate.arte.tv/fr/que-faisons-nous/> (Zuletzt zugegriffen am 08.05.2026 um 10: 03)

ARTE G.E.I.E. (2026f): *Naissance d'ARTE*. Zugriff über: <https://corporate.arte.tv/fr/naissance-darte/> (Zuletzt zugegriffen am 08.05.2026 um 10: 04)

ARTE G.E.I.E. (2026g): *ARTE in 6 langages Phase 8 – 2024* Zugriff über: <https://europe8-2024.arte.tv/> (Zuletzt zugegriffen am 11.05.2026 um 09: 17)

ARTE G.E.I.E. (2026h): *Growth in the new languages* über: <https://europe8-2024.arte.tv/audiences/> (Zuletzt zugegriffen am 11.05.2026 um 10:33)

ARTE G.E.I.E. (2026i): *ARTE's growing community in 2023* über: <https://europe8-2024.arte.tv/community/> (Zuletzt zugegriffen am 21.05.2026 um 17:13)

LA BOUCLE MÉDIA (2024j): *La transformation digitale d'ARTE : Une masterclass* über: <https://www.laboucle.fr/media-article/la-transformation-digitale-darte-une-masterclass>, Paris (Zuletzt zugegriffen am 25.05.2026 um 16:27)

TÉLÉPRO (2025k): *Actuellement franco-allemande, la chaîne Arte pourrait devenir européenne* über: <https://www.telepro.be/actu/tv/actuellement-franco-allemande-la-chaine-arte-pourrait-devenir-europeenne/> (Zuletzt zugegriffen am 25.05.2026 um 16:33)

MINISTÈRE FÉDÉRAL DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES- Missions allemandes en France (1995 – 2026 I) : *La chaîne ARTE fête ses 30 ans* über: <https://allemagneenfrance.diplo.de/fr-fr/actualites-nouvelles-d-allemagne/actualites-des-relations-franco-allemandes-seite/2533176-2533176> (Zuletzt zugegriffen am 25.05.2026 um 17:25)

BINET, Marine. *Arte ou l'enjeu d'une télévision culturelle européenne*. In: *Allemagne d'aujourd'hui*, N°1 99, janvier-mars 2012 *L'Allemagne, l'Europe et la crise*. Pp. 118-130. (Zuletzt zugegriffen am 26.04.2026 um 09: 11 über DOI: <https://doi.org/10.3406/alauj.2012.2767>)

UTARD, Jean-Michel. *Inventer une télévision européenne : le cas de l'information sur ARTE*. In: *Revue d'Allemagne et des pays de langue allemande*, tome 37 n 1, janvier-mars 2005. Médias audiovisuels et relations franco-allemandes. pp. 87-100. (Zuletzt zugegriffen am 26.04.2026 um 09: 00 über DOI: <https://doi.org/10.3406/reval.2005.5824>)

WENGER, Klaus. *ARTE, la télévision dans le dialogue interculturel*. In: *Allemagne d'aujourd'hui*, N°162, octobre-décembre 2002. 40e anniversaire du Traité de l'Elysée et de l'OFAJ. Vers une refondation des relations franco-allemandes? pp. 144-149 (Zuletzt zugegriffen am 26.04.2026 um 09: 33 über DOI: <https://doi.org/10.3406/alauj.2002.1504>)

Kino- und Filmkultur – ein deutsch-französischer Vergleich

Texte auf Deutsch und Französisch

Wie sieht die Filmkultur in Deutschland und Frankreich eigentlich aus und worin unterscheidet sie sich? Beide Länder sind geprägt durch eine bedeutende Filmgeschichte, aber ihre Filmbranche sieht heute anders aus. In diesem Artikel liegt der Fokus auf dem Vergleich der Kinolandschaft, der Filmindustrie und der kulturellen Bedeutung von Film zwischen Deutschland und Frankreich.

Kinolandschaft / monde du cinéma

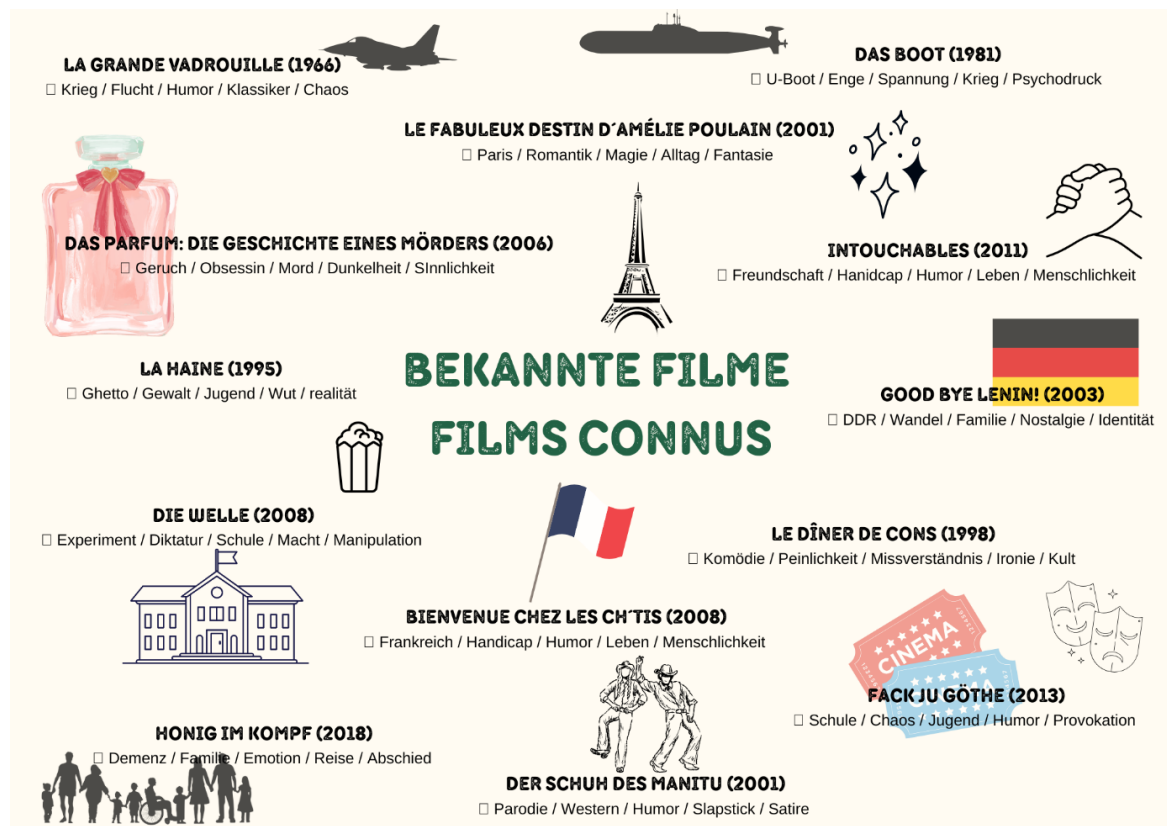


Illustration 1: Affiche de blockbuster français et allemand, © réalisé par Charlotte Prum

Netflix oder Kino?

Wann wart ihr das letzte Mal wirklich im Kino und wann habt ihr zuletzt einfach Netflix geöffnet? Solch eine Entscheidung zeigt, wie sich unser Filmkonsum verändert hat. Kinos und Streamingdienste stehen heute in direkter Konkurrenz zueinander und prägen die Filmbranche in Europa. Doch wie reagieren Frankreich und Deutschland auf die Zunahme von Streaming-Diensten und den Rückgang von Besucher*innen in Kinos?

Für junge Menschen ist Streaming mittlerweile die normalste Art, Filme zu schauen, auch imposante Blockbuster. Filme sind jederzeit und überall verfügbar, egal ob auf dem Handy, Laptop oder Fernseher. Man kann jederzeit darauf zugreifen, in der Bahn, im Flugzeug oder zu Hause (Budzinski/Gaenssle/Lindstädt-Dreusicke 2021). Doch nicht nur die jungen Menschen greifen oft auf Streaming-Dienste zurück, allgemein ist für viele das Kino nicht mehr die erste Wahl, sondern eher ein Highlight für Blockbuster oder Themenabende (Kunz/Marchand/Weber 2024). Streaming hat das Kino zwar nicht ersetzt, aber seine Rolle sehr stark verändert. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass Filme im Kino oft stärker an nationale Märkte gebunden sind (Council of Europa 2025), während sie auf Streaming-Plattformen weltweit gleichzeitig veröffentlicht werden (Jebens 2026) und dadurch ein größeres Publikum erreichen. Besonders US-amerikanische Filme sind dabei erfolgreich, während europäische Filme weniger sichtbar bleiben (Council of Europa 2025). Trotz Streaming bleibt das Kino für viele ein besonderes Erlebnis durch Atmosphäre, große Leinwand und stärkere Konzentration. Durch die Corona-Pandemie nahm die Nutzung von Streamingdiensten deutlich zu, insbesondere weil Kinos geschlossen blieben und Streamingdienste dadurch verstärkt genutzt wurden (Von Gottberg 2025).

Doch wie gehen einzelne Länder mit dieser Entwicklung um? Frankreich und Deutschland zeigen hier verschiedene Ansätze. In Frankreich hat das Kino traditionell eine große Bedeutung, da Kino als kulturelles Gut angesehen wird und somit auch staatlich stärker unterstützt wird. In Deutschland dagegen hat Streaming deutlich an Bedeutung gewonnen, besonders bei jungen Menschen. Kinos werden gefördert, aber Kino wird nicht so stark als kulturelles Gut anerkannt wie in Frankreich. Das macht deutlich, dass es in Frankreich und Deutschland unterschiedliche Entwicklungen gibt. Dennoch bedeutet diese Veränderung nicht das Ende des Kinos. Die Filmbranche kommt derzeit nicht ohne Kinos aus, da Filme teilweise dort laufen müssen, um für bedeutende Preise nominiert zu werden (Jebens 2026). Gleichzeitig entstehen neue Modelle wie das Abo von Mubi (Jebens 2026), das Streaming und Kinobesuche kombiniert. Streaming und Kinos sind daher nicht nur Konkurrenten, sondern können sich auch ergänzen.

Grandes chaînes et petites salles de cinémas

De nos jours, les cinémas vivent une situation contrastée face à la montée du streaming. D'un côté, on observe un véritable boom des plateformes comme Netflix ou Prime Video, qui attirent surtout un public jeune habitué à regarder à la demande (Budzinski/Gaenssle/Lindstädt-Dreusicke 2021). De l'autre, les cinémas, en particulier les petites salles, doivent faire face à divers problèmes.

Les grandes chaînes de cinéma comme CinemaxX disposent généralement de salles modernes, de gros budgets et de la possibilité de projeter des blockbusters à grand succès (Budzinski/Gaenssle/Lindstädt-Dreusicke 2021). Ils ont donc un avantage compétitif face aux petits cinémas (Science direct 2024). Les petits cinémas, en revanche, jouent davantage sur la culture locale, les films d'auteur et des programmes plus spécialisés (Kunz/Marchand/Weber 2024). Ces cinémas sont marqués par une longue histoire. Cependant, ils sont plus vulnérables (Kunz/Marchand/Weber 2024) : ils ont moins de réserves financières, accueillent souvent moins de films grand public et subissent plus fortement la baisse de fréquentation.

Le succès du streaming touche les grandes chaînes de cinéma comme les petites salles indépendantes, mais ces dernières sont les plus fragiles. Toutes cherchent à survivre et ont besoin de soutien financier, surtout les petits cinémas (Zeit Online 2026). Des experts soulignent qu'un meilleur soutien serait nécessaire, car beaucoup de petites salles souffrent aussi de pénuries de personnel et de coûts élevés (Zeit online 2026). En Allemagne, la situation des petites salles montre bien ces difficultés. Un exemple concret est le cinéma historique "51 Stufen" à Flensburg, lié au Deutsches Haus (NDR.de 2025). Comme celui-ci sera fermé pour rénovation pendant deux ans à partir de 2028, l'avenir du cinéma devient incertain (NDR.de 2025). Cela illustre la fragilité des petites structures culturelles, même lorsqu'elles ont une forte valeur historique. En France comme en Allemagne, la situation est similaire : les grandes chaînes restent relativement stables, tandis que les petites salles sont plus menacées.

Pourtant l'expérience du cinéma reste unique : l'ambiance, le grand écran et la concentration collective ne peuvent pas être remplacés par le streaming (Von Gottberg 2025). Les grands cinémas peuvent survivre, mais les petites salles ont besoin de soutien pour préserver leur charme et leur histoire. Pour mieux comprendre la situation actuelle, il faut revenir à l'histoire du cinéma en France et en Allemagne.

Filmindustrie damals & heute / l'industrie du film du passé jusqu'à aujourd'hui

Wusstest du, dass das französische und deutsche Kino mal so einflussreich wie Hollywood waren? Klar, diese Zeit ist lange her, aber die heutige Filmkultur beider Länder wäre ohne ihre Anfänge zu Beginn des 20. Jahrhunderts kaum denkbar. Daher soll im folgenden Kapitel die frühe Filmgeschichte beider Länder am Beispiel zweier großer Filmproduzenten näher beleuchtet werden, um anschließend einen Blick in deren Gegenwart zu werfen!

Die Anfänge des Kinos in Deutschland

Gegen Anfang des 20. Jahrhunderts war Deutschland das europäische Land mit den meisten Kinos, welche täglich von ungefähr 2 Millionen Menschen besucht wurden (Scriba, 2014). Einen großen Anteil dieses Markts bildete die sogenannte Universum-Film AG (UFA). 1917 gegründet, bildet sie einen wichtigen Teil hinsichtlich der frühen Geschichte des deutschen Kinos (Otto, 2015). In den 20ern entwickelte sie sich nach Hollywood zum zweitgrößten Filmproduzenten der Welt. Bekannte Produzenten waren beispielsweise Friedrich Wilhelm Murnau oder auch Fritz Lang, dessen Stummfilm Metropolis von 1927 bis heute als maßgebendes Werk des Science-Fiction-Kinos gilt (Otto, 2015). 1927 drohte der UFA jedoch der Bankrott, woraufhin sie von dem ultranationalistischen, rechtsextremen und antisemitischen deutschen Politiker und Unternehmer Alfred Hugenberg aufgekauft wurde, welcher bereits früh die NSDAP unterstützte (Scriba 2014).

Die Ursprünge des Cinéma in Frankreich

Der Beginn des französischen Kinos kann im Vergleich zu Deutschland sogar bereits auf das Ende des 19. Jahrhunderts zurückverfolgt werden. Als die Brüder Auguste Marie Louis Nicolas Lumière und Louis Jean Lumière im Jahre 1895 den Kinematographen erfanden, was gemeinhin als die Geburtsstunde des Kinos angesehen wird, erkannte vor allem Léon Gaumont als einer der ersten das Potential dieser neuen Erfindung und gründete das gleichnamige Filmstudio Gaumont (Lenk, 1997). Produzenten wie Georges Méliès entwickelten durch neue Tricktechniken jedoch die Art Unterhaltungsfilm, wie man ihn heute kennt. Sein Werk Le Voyage dans la Lune (Die Reise zum Mond) von 1902 gilt gemeinhin als erster Science-Fiction-Film weltweit. Innerhalb weniger Jahre konnte Frankreich zu einem zentralen Standort der globalen Filmproduktion aufsteigen. Regisseure wie Marcel Carné mit Le Quai des brumes von 1938 oder Jean Renoir mit La Grande Illusion von 1937 schufen in den 1930er-Jahren mit der zunehmenden Verwendung des Tonfilms Meilensteine der Kinogeschichte, die noch heute als zeitlose Meisterwerke gelten (Maunder, o. J.). Angesichts

der Weltwirtschaftskrise und zunehmender Konkurrenz aus Hollywood musste Léon Gaumont 1932 la Kontrolle über die Firma abgeben, bald darauf im Jahre 1935 musste die Firma den Konkurs anmelden (Horak, o. J.).

La Seconde Guerre mondiale limite fortement la production cinématographique des deux pays. Les infrastructures de production comme les entreprises elles-mêmes souffrent considérablement de la crise européenne et des destructions qu'elle entraîne. Néanmoins, les entreprises et les lieux principaux de production des deux pays survivent à la guerre, mais évoluent ensuite dans des directions différentes...

Allemagne

Potsdam-Babelsberg, étant le centre principal de production du cinéma allemand pendant la période d'occupation, passe sous contrôle soviétique et fait ensuite partie du territoire de la RDA. Une partie fondamentale de l'infrastructure nécessaire à la production cinématographique en Allemagne revient ainsi à la RDA (Deutsches Historisches Museum, o. J.).

Par conséquent, l'industrie cinématographique ouest-allemande n'arrive pas à entrer le marché international sans l'infrastructure nécessaire. À Potsdam-Babelsberg, la production cinématographique recommence rapidement. Le film de Wolfgang Staudte *Die Mörder sind unter uns* est le premier film du nouveau studio et entre déjà en production en 1946. Au cours des années suivantes, bien que sous la censure du SED, des films comme *Das kalte Herz*, *Nackt unter Wölfen* ou *Jakob der Lügner* sont produits, ce dernier étant le seul film de la RDA jamais nominé aux Oscars en 1976.

Après la réunification allemande, les studios sont vendus à la Filmbetriebe Berlin Brandenburg GmbH en 2004. Grâce aux standards techniques les plus modernes, des classiques contemporains comme *Inglourious Basterds* ou *Die Tribute von Panem* sont ensuite produits à Potsdam (Studio Babelsberg, o. J.).

France

Contrairement à l'industrie cinématographique allemande, dont l'infrastructure fondamentale est largement concentrée à Potsdam et ne peut donc pas être reconstruite de manière rentable après l'occupation soviétique, l'industrie française recommence rapidement la production après la Seconde Guerre mondiale. En 1947, *Antoine et Antoinette* de Jacques Becker est un grand succès, même si les productions de Gaumont restent limitées. Des films comme *Les quatre cents coups*

en 1959 ou À bout de souffle en 1960 façonnent l'image d'une France moderne et intellectuelle (Mauder o. J.).

Aujourd'hui, contrairement à l'Allemagne, les sites principaux de production en France ne sont pas concentrés en un seul lieu, mais répartis dans Paris et sa région. Les grands studios d'entreprises comme Gaumont constituent depuis longtemps le centre directeur de cette industrie. Des grandes productions internationales comme Intouchables ou la série Netflix à succès Narcos sont produites par Gaumont. Aujourd'hui, Gaumont est considéré comme le plus ancien studio de cinéma au monde à produire des films sans interruption (Gaumont, o. J.).

Kultureller Wert des Kinos/ valeur culturelle du cinéma

Filmförderung in Deutschland

Doch wie genau läuft das eigentlich mit der Förderung für Kinos und Filme in Deutschland und Frankreich so ab? Beide Länder haben ganz unterschiedliche Institutionen, die dafür sorgen, dass die Kinowelt in den beiden Ländern nicht untergeht – hier ein kurzer Überblick:

Die Filmförderung findet in Deutschland durch die Filmförderungsanstalt (FFA) statt. Hierbei handelt es sich um eine zentrale Institution des Bundes zur Förderung der Filmwirtschaft. Zu ihren Aufgaben gehören die Durchführung von Maßnahmen zur Förderung des deutschen Films sowie die Förderung von Maßnahmen zur Verbesserung und Erweiterung der deutschen Filmwirtschaft. Durch das sogenannte Filmförderungsgesetz sollen auch deutsch-ausländische Produktionen unterstützt werden. Das bereits erwähnte Filmförderungsgesetz ist ein Instrument, das spezifische Voraussetzungen für die Förderung von Filmen beinhaltet. Da bisher nur von der Förderung von alleinigen „deutschen“ Filmen gesprochen wurde, stellt sich dementsprechend die Frage, was einen Film als einen deutschen Film im Konkreten charakterisiert. Das Filmförderungsgesetz listet hier bestimmte Kriterien auf. Entscheidend ist die Voraussetzung, dass der Regisseur oder die Regisseurin über einen Wohnsitz in Deutschland verfügt (§ 15 Abs. 1 Nr. 1 FFG). Zudem ist wichtig, dass eine Endfassung des Films in deutscher Sprache hergestellt oder synchronisiert sein muss (§15 Abs. 1 Nr. 2 FFG; vgl. Deutscher Bundestag 2009: 6-7). Des Weiteren findet die Filmförderung auch durch den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) statt. Die Förderung durch den BKM findet im Rahmen der Unterstützung von Filmfestivals und der Verleihung von Filmpreisen statt. Beispielsweise werden die Filmfestspiele in Berlin oder auch das internationale Leipziger Festival für Dokumentar- und Animationsfilme durch den BKM

unterstützt und gefördert. Vielleicht kennt ihr ja auch das ein oder andere Filmfestival in Deutschland? Der BKM vergibt jährlich ebenfalls Preise, wie zum Beispiel den Deutschen Filmpreis als wichtigste Auszeichnung für den deutschen Film oder auch den Deutschen Kurzfilmpreis (vgl. Deutscher Bundestag 2009: 10-12). Zudem gibt es eine Förderung durch die Bundesländer (KJDF). Es existieren gemeinsam getragene Filmförderungsinstitutionen, die zum Ziel haben, zur künstlerischen Entwicklung des deutschen Films beizutragen sowie zur Vielfalt der Filmkultur und zur Steigerung der Leistungsfähigkeit der deutschen Filmwirtschaft (vgl. Deutscher Bundestag 2009: 20). Das deutsche Filmförderung stellt ein komplexes, allerdings wirksames System dar, das sich jedoch sehr von anderen Systemen auf der Welt unterscheidet, wie beispielsweise vom französischen System.

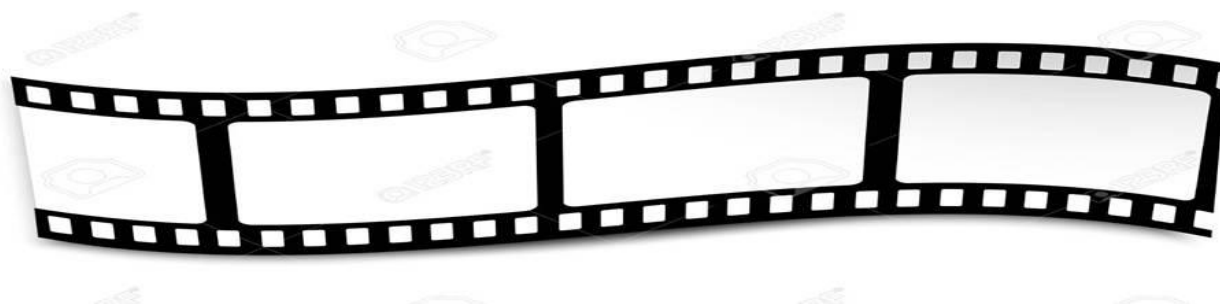


Illustration 2 : Filmstreifen, © 123RF

Le cinéma français dans le cadre du soutien à la production cinématographique française

Contrairement au système allemand, le soutien au cinéma français est organisé d'une manière centralisée (vgl. Behrmann 2008 : 116). Au niveau national, il y a deux institutions : le ministère français des Affaires étrangères et le Centre national de la Cinématographie (CNC) (vgl. Deutscher Bundestag 2009 : 28).

Le ministère français des Affaires étrangères a fait du cinéma français un axe prioritaire de sa politique culturelle, ayant pour but de promouvoir le cinéma français à l'échelle mondiale. Le ministère français des Affaires étrangères est également partenaire de festivals de cinéma qui diffusent des productions cinématographiques du Sud en France, mais aussi dans des pays d'Afrique, par exemple. Le soutien national à l'industrie cinématographique en France est organisé par le CNC. Les régions françaises peuvent également proposer leurs propres mesures de soutien au cinéma, mais ces aides sont relativement modestes par rapport à celles du CNC. Le CNC fait partie intégrante du ministère français de la Culture. L'une des missions du CNC est la préservation du patrimoine cinématographique ; par exemple, des exemplaires obligatoires sont remis au CNC

à des fins d'archivage. Le CNC supervise également Unifrance, une organisation qui vise à soutenir la diffusion mondiale du cinéma français (vgl. Bundestag 2009 : 28-30). En plus, la taxe spéciale additionnelle (10,7% du prix du ticket) constitue un élément très important de l'économie cinématographique française. Elle est prélevée sur les billets de cinéma, ce qui permet d'alimenter le Compte de Soutien, géré par le CNC. (Bisselik 1999) En outre, il est important de dire que le cinéma et d'autres biens culturels sont considérés comme une exception culturelle. Cela veut dire qu'on veut, par exemple, assurer une certaine diversité de films face aux grosses productions (américaines). C'est un principe juridique/un élément de droit qui montre que les activités qui ont un rapport avec la culture ne relèvent pas du droit commercial commun, mais ont besoin de mesures (économiques) particulières. (Regourd & Rogard 2020)

Ein Blick auf die EU: Das Teilprogramm MEDIA (2021-2027) des Programms Kreatives Europa



Illustration 3: Creativ Europe Media Logo, © Europäische Kommission

Auch die EU hat Ideen, wie sie der Filmkultur in Europa helfen kann. Doch wie genau sehen diese Ideen aus? Hier die Antwort:

Das EU-Programm Kreatives Europa hat die Unterstützung der Kultur- und Kreativbranche zum Ziel. Im Zeitraum zwischen 2021 und 2027 steht ein Budget von 2,44 Milliarden Euro zur Verfügung, um in Maßnahmen zur Stärkung der kulturellen Vielfalt beizutragen. Das Programm visiert zudem die Bewältigung der Bedürfnisse der Kultur- und Kreativbranche nach der COVID-19-Krise an und bemüht sich darum, digitaler, umweltfreundlicher und inklusiver zu sein. Das EU-Programm ist in folgende Bereiche unterteilt: MEDIEN (MEDIA), KULTUR sowie CROSS SECTOR (vgl. Creative Europe Desk Kultur 2026). Das Teilprogramm MEDIA verfolgt die Ziele, die kulturelle Vielfalt zu fördern und die Wettbewerbsfähigkeit der audiovisuellen Industrie zu unterstützen. Dieses Teilprogramm möchte sich an technologische Entwicklungen und sich

weiterentwickelnde Konsumgewohnheiten anpassen. Grundsätzlich umfasst das Teilprogramm MEDIA Film, Fernsehen, Videospiele sowie immersive Inhalte.

Grundsätzlich hat MEDIA folgende Kernaktionsbereiche:

- Die Förderung der Zusammenarbeit auf der EU-Ebene, um audiovisuelle Unternehmen und europäische Inhalte zu unterstützen
- Die Förderung von Talenten und eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen den Ländern
- Die Verbesserung der weltweiten Verbreitung audiovisueller europäischer Werke
- Die Unterstützung des Engagements und die Entwicklung von Zielgruppen verschiedenster Altersgruppen, mit einem Fokus auf den jungen Zielgruppen in Europa sowie in der ganzen Welt

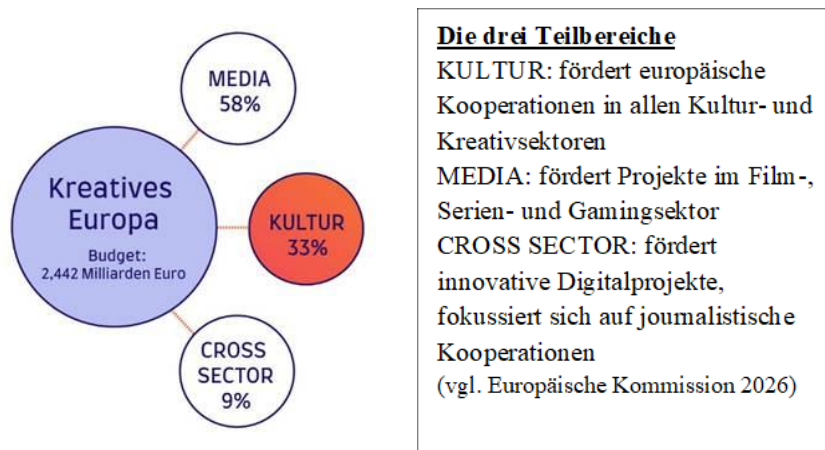


Illustration 4: Aufgaben, © Creative Europe Desk Kultur

Dadurch, dass das MEDIA-Programm bisher große Erfolge verzeichnen konnte, verstärkt dies die Notwendigkeit des vorgeschlagenen Folgeprogramms AgoraEU für den Zeitraum zwischen 2028 und 2034. (vgl. Europäische Kommission 2026) Dadurch soll die audiovisuelle Industrie und der Nachrichtenmediensektor unterstützt werden und durch den Aktionsbereich MEDIA+ gestärkt werden. Die Programme, welche bisher schon existiert haben, wie beispielsweise Creative Europe, werden unter dem Dach von AgoraEU zusammengeführt. Das Budget von AgoraEU beträgt insgesamt 8,6 Milliarden Euro. (vgl. Creative Desk Europe Kultur 2026) Als Teilbereich dieses neuen EU-Programms soll dann das bereits erwähnte MEDIA+-Programm ins Leben gerufen werden (vgl. Europäische Kommission 2026).

Und was sagst du zu diesen Maßnahmen? Was würdest du tun wollen, um die Filmlandschaft in Deutschland und Frankreich zu unterstützen? Und die wichtigste Frage – wann siehst du den nächsten neuen Film im Kino?

Literaturverzeichnis / Bibliographie

Kinolandschaft / monde du cinéma

Council of Europe (2025): *The impact of cinema admissions on SVOD usage - 2024 data (November 2025)*, URL: <https://rm.coe.int/the-impact-of-cinema-admissions-on-svod-usage-2024-data-november-2025-/48802af8d3> (Abrufdatum: 25.05.2026).

ZEIT Online (2026): *Vom Überleben der kleinen Kinos*, 21.1.2026, URL: <https://www.zeit.de/news/2026-01/21/vom-ueberleben-der-kleinen-kinos> (Abrufdatum: 25.05.2026).

Joachim von Gottberg (2025): *Kino versus Streamingdienste*, Mediendiskurs 13.3.2025, URL: <https://mediendiskurs.online/beitrag/kino-versus-streamingdienste-beitrag-772/> (Abrufdatum: 25.05.2026).

NDR.de (2025): *Sanierungsbedürftig: Deutsches Haus Flensburg soll Ende 2027 schließen* 14.10.2025, URL: <https://www.ndr.de/nachrichten/schleswig-holstein/sanierungsbeduerftig-deutsches-haus-flensburg-soll-ende-2027-schliessen,regionflensburgnews-918.html> (Abrufdatum: 25.05.2026).

Reinhard E. Kunz./André Marchand/Nicolas R. Weber (2024): *Price and delay decisions for sequentially released products: The case of transactional streaming services*, Science direct Dezember 2024, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167811624000223?via%3Dihub> (Abrufdatum: 25.05.2026).

Budziniski, Oliver/Gaenssle, Sophia/Lindstädt-Dreusicke, Nadine (2021): *The battle of YouTube, TV and Netflix: an empirical analysis of competition in audiovisual media markets*, URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s43546-021-00122-0> (Abrufdatum: 25.05.2026).

Caroline O. Jebens (2026): *Streaming-Plattform und Filmindustrie*, SWR Kultur 16.1.2026, URL: <https://www.tagesschau.de/kultur/streaming-plattformen-filmindustrie-100.html> (Abrufdatum: 25.05.2026).

Filmindustrie /l'industrie du film du passé jusqu'à aujourd'hui

Deutsches Historisches Museum (o. J.): *Zwischen Kriegsende und Neuanfang. Die Kinokultur der Alliierten in Berlin 1945/46.* In: DHM Zeughauskino. URL: <https://www.dhm.de/zeughauskino/filmreihe/zwischen-kriegsende-und-neuanfang/> (Abrufdatum: 27. Mai 2026).

Gaumont (o. J.): *Die Geschichte der Maison.* In: Gaumont. URL: <https://www.gaumont.com/de/page-edito-histoire/die-geschichte-der-maison> (Abrufdatum: 27. Mai 2026).

Horak, Jan-Christopher (o. J.): *Gaumont.* In: Das Lexikon der Filmbegriffe. URL: <https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/g:gaumont-1793> (Abrufdatum: 27. Mai 2026).

Lenk, Sabine (1997): *Der Aktualitätenfilm vor dem Ersten Weltkrieg in Frankreich.* In: Frank Kessler; Sabine Lenk; Martin Loiperdinger (Hrsg.), *Aktualitäten*, S. 51-66. URL: <https://mediarep.org/server/api/core/bitstreams/0a4a0f68-6131-457d-9267-937d97102e9c/content> (Abrufdatum: 27. Mai 2026).

Maunder, Hilke (o. J.): *Film & Kino.* In: Mein Frankreich. URL: <https://meinfrankreich.com/film/> (Abrufdatum: 27. Mai 2026).

Otto, Dagmar (2015): *Die Universum-Film AG (UFA).* In: Lebendiges Museum Online. URL: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/kunst-und-kultur/universum-film-ag-ufa> (Abrufdatum: 27. Mai 2026).

Scriba, Arnulf (2014): *Film und Kino.* In: Lebendiges Museum Online. URL: <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/weimarer-republik/kunst-und-kultur/film-und-kino> (Abrufdatum: 27. Mai 2026).

Studio Babelsberg (o. J.): *Engagement und Geschichte.* In: Studio Babelsberg. URL: <https://www.studiobabelsberg.com/de/ueber-uns/engagement-und-geschichte/> (Abrufdatum: 27. Mai 2026).

Kultureller Wert des Kinos /valeur culturelle du cinéma

Behrmann, Malte (2008): *Filmförderung im Zentral- und Bundesstaat. Eine vergleichende Analyse der Filmfördersysteme von Deutschland und Frankreich unter besonderer Berücksichtigung der Staatsverfasstheit*, Berlin: AVINUS Verlag.

Bisselik, Sonja (1999): *Französische Filmpolitik. Erfolg durch Förderung?* URL: <https://www.media-perspektiven.de/publikationsarchiv/1999/artikel/franzoesische-filmpolitik-erfolg-durch-foerderung> (Abrufdatum 07.Juni 2026).

Creative Europe Desk Kultur (2026): *Was ist Kreatives Europa?* URL: <https://kultur.creative-europe-desk.de/foerderung/was-ist-kreatives-europa/> (Abrufdatum: 26. Mai 2026).

Deutscher Bundestag (2009): *Deutscher Film. Zur Begrifflichkeit des deutschen Films insbesondere in den Förderinstrumenten von Bund und Ländern*. URL: <https://www.bundestag.de/resource/blob/412178/WD-10-058-09-pdf.pdf>. (Abrufdatum: 26. Mai 2026).

Europäische Kommission (2026): *MEDIA-Programm Kreatives Europa*. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/policies/creative-europe-media>. (Abrufdatum: 26. Mai 2026).

Regourd, Serge / Rogard, Pascal (2020): *L'exception culturelle*. URL: <https://chmcc.hypotheses.org/10535> (Abrufdatum 07. Juni 2026).

Janne Meret Krieg, Lara Schimmer

Rencontres sous les projecteurs – échange théâtral franco-allemand / Begegnungen im Rampenlicht – deutsch-französischer Theateraustausch

Französische und deutsche Textversionen

(deutsche Version)

Figuren

- **Professor Molière** – charismatisch, manchmal ironisch
- **Professor Brecht** – analytisch, reflektiert
- **Studentin Lara** – pädagogisch, experimentierfreudig
- **Studentin Janne** – historisch interessiert, sachlich
- **Sprecherin** – verbindet die Szenen und schafft Atmosphäre
- **Ensemble** – stellt historische Stimmen, Zuschauer:innen und Teilnehmende dar

Prolog

[Halbdunkel. In der Mitte stehen zwei leere Stühle. Im Hintergrund erklingen leise französische Chansons, die langsam in deutsche Volkslieder übergehen.]

Sprecherin: Europa erinnert sich. An Grenzen. An Kriege. An Schweigen. Und doch gibt es Orte, an denen Menschen lernen, sich wieder zuzuhören. Einer dieser Orte ist das Theater.

[Licht auf Professor Brecht und Professor Molière.]

Professor Molière: Die Bühne kennt keine Grenzen.

Professor Brecht: Aber sie kennt Konflikte.

Professor Molière: Und genau deshalb eignet sie sich für Verständigung.

Professor Brecht: Deutschland und Frankreich mussten erst lernen, einander wieder zuzuhören.

Professor Molière: Vielleicht begann alles mit einem Gespräch.

Professor Brecht: Oder mit einem Stück Theater.

Szene 1 – Die deutsch-französische Annäherung

[Gedämpftes Licht. Auf der Leinwand im Hintergrund erscheinen Schwarz-Weiß-Aufnahmen von zerstörten Städten, alten Zeitungen und Grenzübergängen. Professor Brecht tritt langsam nach vorne. Professor Molière bleibt zunächst im Halbschatten stehen.]

Professor Brecht: Mit Blick auf die deutsch-französische Vergangenheit haben sich im Laufe der Zeit zahlreiche Institutionen entwickelt, welche die Beziehungen zwischen beiden Ländern stärken soll(t)en. Besonders nach dem Zweiten Weltkrieg entstanden viele Kulturinstitutionen, die sich der Förderung des Austauschs sowie der Annäherung widmeten.

[Kurze Pause. Studentin Janne betritt die Bühne und stellt sich an den Bühnenrand. Sie hält zwei Magneten in der Hand, die zu Beginn abstoßen, jedoch nach einiger Zeit voneinander angezogen werden. Das Ensemble bewegt sich langsam über die Bühne und stellt Begegnungen zwischen Menschen dar.]

Studentin Janne: Es begann somit eine neue Phase der Annäherung zwischen Deutschland und Frankreich, nachdem die Beziehungen zuvor lange von Konflikten sowie Rivalitäten geprägt gewesen waren.¹ Die Institutionalisierung der Kulturbeziehungen nach dem Zweiten Weltkrieg bildete eine Grundlage für gegenseitiges Verständnis sowie *Völkerannäherung*.² Die Überwindung der sogenannten *Erbfeindschaft* galt dabei als zentraler politischer und symbolischer Schritt, welcher langfristig ebenfalls zur Friedenssicherung in Europa beitragen sollte.³ Bereits vor dem *Élysée-Vertrag* wurde am 23. Oktober 1954 ein Kulturabkommen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und Frankreich unterzeichnet, welches sprachliche, universitäre sowie jugendbezogene Austausche und ebenfalls die „Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Kunst“ beinhaltete.⁴ Einen besonderen Stellenwert nimmt anschließend der bereits erwähnte *Élysée-Vertrag* ein, welcher als „erste Etappe der Aussöhnung“ verstanden wird.⁵ Er umfasst vertraglich die Zusammenarbeit in Außenpolitik, Verteidigung sowie Bildungs- und Jugendfragen zwischen Frankreich und Deutschland.⁶

¹ Vgl. Leonard 2015: 15.

² Vgl. Mazé 2015: 172.

³ Vgl. Vogel 2005: 419. / Roussel / Kufer 2015: 72.

⁴ Vgl. Mazé 2015: 172-173.

⁵ Vgl. Vogel 2005: 418.

⁶ Vgl. Mandret-Degeith 2015: 89.

[Die Projektion auf der Leinwand erlischt. Leichtes Licht auf zwei Figuren aus dem Ensemble, die sich vorsichtig die Hand reichen.]

Der Begriff der Kultur wird zwar nicht ausdrücklich genannt, sondern zeigt sich eher indirekt in den Bereichen der Erziehungs- und Jugendfragen, dennoch entfaltete der Vertrag eine bedeutende symbolische Wirkung und stärkt bis heute die kulturelle Zusammenarbeit im Rahmen der deutsch-französischen Aussöhnung.⁷ Vor diesem Hintergrund und durch weitere deutsch-französische Verbindungen entwickelten sich bereits in den 1950er Jahren verstärkt künstlerische Austausche in Form von Gedankengut, Inszenierungen oder Aufführungen im jeweils anderen Land. Ein Beispiel für den künstlerischen Austausch stellt Jean Vilar dar, welcher zwischen 1951 und 1953 Kleist in Frankreich inszenierte sowie Tournées in französischer Sprache in Deutschland organisierte.⁸ Aufgeführt wurden unter anderem Stücke von Büchner und Kleist sowie Corneille und Molière.

[Lichtwechsel. Das Ensemble friert kurz in einer szenischen Bühnensituation ein.]

In Frankreich entwickelte sich gleichzeitig die sogenannte *décentralisation culturelle*, welche zu einer „Expansion des französischen Theaterfeldes“ führte.⁹ Die damit verbundene Kritik am bürgerlichen Theater sowie an der *Comédie-Française* führte dazu, dass Theater zunehmend politischer wurden. Dadurch entstand ebenfalls ein wachsendes Interesse an deutschsprachigen Theaterstücken, da diese politische Themen behandelten, welche in der **französischen** Theatertradition weniger präsent gewesen waren.¹⁰ Im Gegensatz zum deutschen Theater in Frankreich hatte es das französische Theater bereits im 19. sowie zu Beginn des 20. Jahrhunderts in Deutschland deutlich leichter und stieß dort auf größeres Interesse.¹¹ Besonders der Existenzialismus erhielt folgend als große *Mode* Einzug in die deutschen Theaterlandschaften. Des Weiteren wurden häufig französische Dramatiker der Avantgardebewegung des *Nouveau théâtre* inszeniert.¹²

[Einzelne Mitglieder des Ensembles rufen die Namen großer Dramatiker in den Raum hinein.]

⁷ Vgl. ebd.: 90-94.

⁸ Vgl. Klein 2015: 105.

⁹ Vgl. Colin 2015a: 183.

¹⁰ Vgl. ebd.: 255-256.

¹¹ Vgl. Colin 2015b: 253.

¹² Vgl. ebd.: 254.

Ensemble:

Sartre.

Camus.

Ionesco.

Beckett.

Mnouchkine.

Bausch.

Brecht.

Müller.

Studentin Janne: Neben Molière wurden besonders Sartre, Camus, Ionesco sowie Beckett vielfach gespielt und teilweise polarisierend aufgenommen. Demgegenüber standen in Frankreich vor allem Brecht sowie später Bernhard und Müller im Mittelpunkt des Interesses.¹³ Auch Pina Bausch und Ariane Mnouchkine wirkten mit ihren neuen Arbeitsweisen und theatralen Ansätzen jeweils bis ins andere Land und beeinflussten die dortige Theaterszene. Der theatralische Austausch brachte dabei verschiedene Vorteile mit sich. Neue Perspektiven konnten eröffnet werden, indem beispielsweise deutsche Stücke aus französischer Perspektive neu inszeniert und interpretiert wurden.¹⁴ Gleichzeitig weckte Theater Interesse für die französische Kultur, was ebenso in umgekehrter Richtung galt. Klein spricht in diesem Zusammenhang von der „Kultur als gemeinsames Terrain“, welches Begegnungen sowie gegenseitiges Verständnis ermöglicht.¹⁵

[Die Figuren treten langsam näher zusammen.]

Professor Brecht: Somit wird Theater nicht nur zu einem Ort der Aufführung, sondern ebenfalls zu einem Raum kultureller und politischer Reflexion, des Austauschs sowie der interkulturellen Begegnung zwischen Deutschland und Frankreich.

Transition – Vom historischen Theater zur gelebten Begegnung

[Studentin Janne geht ab und Studentin Lara tritt auf. Die Bühne wird heller und lebendiger.]

¹³ Vgl. ebd.: 255-256.

¹⁴ Vgl. Klein, 2015: 111-112.

¹⁵ Vgl. ebd.: 114.

Studentin Lara: Doch deutsch-französisches Theater blieb nicht nur ein Projekt großer Bühnen oder berühmter Regisseure. Es wanderte in Schulen. In Jugendzentren. In Workshops. In kleine Proberäume. Dort entstand etwas Neues: Interkulturelle Theaterarbeit. Eine Theaterform, die nicht nur Geschichten erzählt, sondern Menschen zusammenbringt. Nicht trotz ihrer Unterschiede. Sondern gerade wegen ihnen.

Szene 2 – Warum Theater verbindet

[Das Ensemble bewegt sich frei im Raum. Manche improvisieren kleine Spielszenen, andere beobachten einander.]

Studentin Lara: Interkulturelle Theaterprojekte sind mehr als Freizeitangebote oder kreative Bühnenformate. Sie schaffen Räume, in denen Menschen unterschiedlicher kultureller Hintergründe miteinander in Kontakt treten, Perspektiven austauschen und gemeinsame Erfahrungen machen können. Doch warum eignet sich gerade das Theater in besonderer Weise dafür?

[Professor Molière nimmt einen der Stühle, setzt sich mitten auf die Bühne und versucht pantomimisch, die vierte Wand zu durchbrechen.]

Professor Brecht: Einer der Mehrwerte des Theaters besteht darin, dass Lernen in diesem Kontext nicht nur über Sprache oder Theorie stattfindet, sondern über ganzheitliche Erfahrung. Manfred Schewe beschreibt diesen Ansatz als Lernen mit „Kopf, Herz, Hand und Fuß“.¹⁶ Theaterarbeit spricht also nicht nur den Verstand an, sondern bezieht auch sinnliches Erfahren, Wahrnehmung, Körper und Emotionen in den Lernprozess mit ein. Dadurch kann aus lernpsychologischer Sicht eine tiefere Informationsverarbeitung angeregt werden, die nachhaltiges Lernen begünstigt.¹⁷

[Das Ensemble stellt verschiedene Emotionen dar – Freude, Unsicherheit, Neugier.]

Studentin Lara: Zudem bietet Theater die Möglichkeit, unterschiedliche Rollen, Perspektiven und Haltungen auszuprobieren. Dabei geht es nicht darum, die Wirklichkeit realitätsgetreu abzubilden oder nach der *einen* Wahrheit zu suchen. Vielmehr, so beschreibt es Ulrike Hentschel, ist „die

¹⁶ Vgl. Schewe 1993: 9.

¹⁷ Vgl. Haack 2017: 100.

Tätigkeit des Spielens immer verbunden mit dem Konstituieren und Akzeptieren unterschiedlicher, nebeneinander möglicher Wirklichkeiten“.¹⁸

[Zwei Figuren aus dem Ensemble spielen dieselbe Szene auf unterschiedliche Weise.]

Theater schafft dadurch Räume, in denen verschiedene Sichtweisen gleichzeitig bestehen und verhandelt werden können. Genau darin liegt eine zentrale Stärke interkultureller Theaterarbeit: Menschen begegnen sich nicht nur als Vertreter und Vertreterinnen bestimmter kultureller Gruppen, sondern als handelnde und erzählende Personen, die miteinander in einen kreativen Austausch treten. Besonders relevant ist dabei, dass Theater kulturelle Unterschiede und Differenzen bewusst sichtbar und produktiv nutzbar machen kann.¹⁹ Verschiedene Sprachen, Erfahrungen, Ausdrucksweisen und Handlungsmuster können somit gezielt in die künstlerische Arbeit einfließen. Durch ästhetische Gestaltungsmittel entstehen so Zeichen, Symbole, Bilder oder Geschichten, die kulturelle Unterschiede künstlerisch sichtbar machen, hervorheben oder zuspitzen können, ohne dass damit zwangsläufig eine Bewertung verbunden sein muss.²⁰

[Das Ensemble flüstert gleichzeitig auf Deutsch und Französisch durcheinander. Nach und nach entsteht daraus ein gemeinsamer Rhythmus.]

Interkulturelles Lernen zeigt sich hier weniger als theoretisches Wissen über andere Kulturen, sondern vielmehr als die Fähigkeit, mit Vielfalt und Unterschiedlichkeit konstruktiv umzugehen. Dadurch entstehen Räume, in denen kulturelle Vielfalt nicht nur thematisiert, sondern gemeinsam erlebt und verhandelt werden kann. Theater bietet hierfür einen geschützten Rahmen, in dem es nicht um richtig oder falsch, sondern um das gemeinsame Ausprobieren, Wahrnehmen und Reflektieren eigener und fremder Sichtweisen geht.

Transition – Von der Theorie auf die Bühne

[Professor Brecht und Professor Molière gehen ab und nehmen die Stühle mit hinter die Bühne. Studentin Lara geht ab. Das Ensemble setzt sich an den Bühnenrand. Die Sprecherin tritt in die Mitte.]

¹⁸ Hentschel 2000: 244.

¹⁹ Vgl. Sting 2012: 195.

²⁰ Vgl. ebd.

Sprecherin: Doch wie sieht diese Arbeit eigentlich in der Realität aus? Wer organisiert solche Begegnungen? Wer bringt Jugendliche, Künstlerinnen und Künstler oder ganze Schulklassen zusammen? Hinter all dem stehen Menschen mit Ideen, Engagement und Leidenschaft für Theater. Institutionen und Projekte, die zeigen, dass deutsch-französischer Theaterraustausch nicht nur Teil der Vergangenheit ist, sondern bis heute gelebt wird – auf kleinen und großen Bühnen, in Workshops, Jugendbegegnungen und Proberäumen. Im Folgenden werden deshalb drei Organisationen vorgestellt, die sich auf unterschiedliche Weise dem deutsch-französischen Theaterraustausch widmen. Grundlage dafür sind Interviews mit den jeweiligen Verantwortlichen.

[Lichtwechsel. Auf der Leinwand im Hintergrund erscheint eine grafische Projektion der drei Kulturorganisationen. Das Ensemble wirft Flyer mit derselben Grafik ins Publikum und geht ab.]

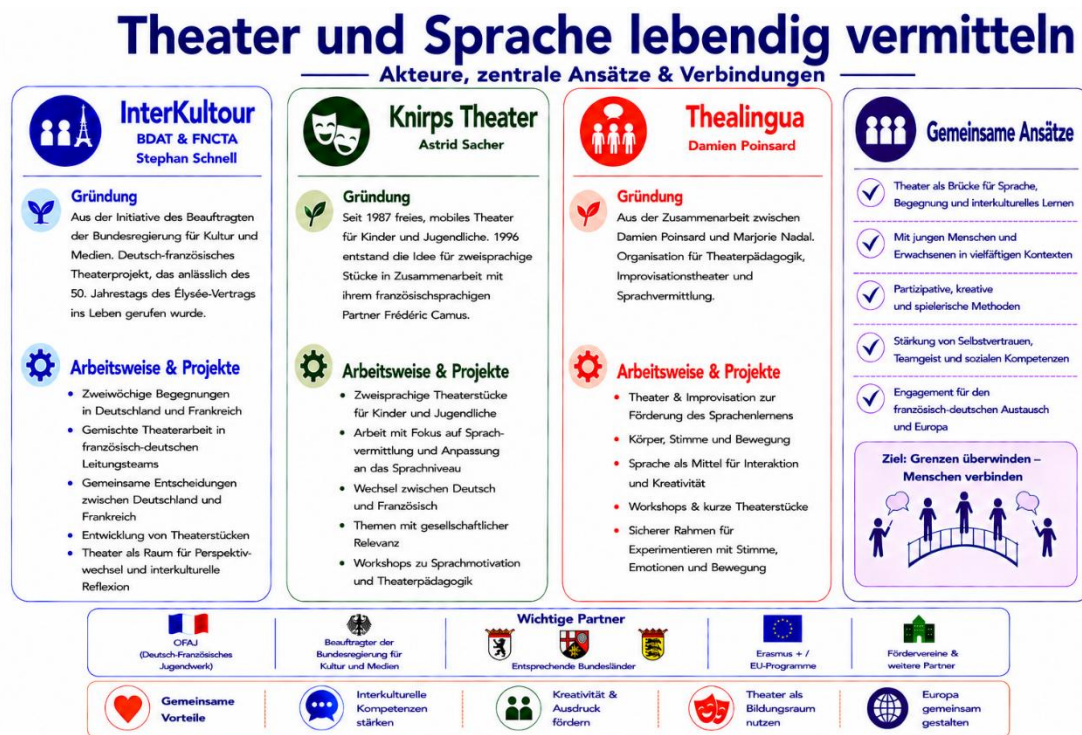


Illustration 1: Überblick über die Organisationen, KI-generiert, gemäß der Interviews mit Stephan Schnell (InterKultour), Astrid Sacher (Knirps Theater) und Damien Poinard (Thealingua)

Szene 3 – InterKultour (gemäß eines Interviews mit Stephan Schnell)

[Ein Teil des Ensembles läuft mit Koffern und Requisiten über die Bühne. Auf der Leinwand erscheinen Bilder von Zugreisen, Workshops und Theaterproben.]

Sprecherin: *InterKultour* entstand im Zusammenhang mit dem 50-jährigen Jubiläum des *Élysée-Vertrags*. Die Initiative ging auf eine Anfrage des *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)* an den *Bund Deutscher Amateurtheater (BDAT)* zurück, ob eine geeignete Projektidee für diesen Anlass vorliege. Gemeinsam mit der französischen Partnerorganisation *FNCTA* wurde daraufhin ein deutsch-französisches Theaterprojekt entwickelt, welches von Anfang an auf Gleichberechtigung und gemeinsamen Entscheidungen basierte. Der Name *InterKultour* verweist auf die Idee einer Reise durch beide Länder und eines intensiven kulturellen Austauschs. Ende März 2025 wurde *InterKultour* zum ersten Mal mit dem europäischen Amateurtheaterpreis *Gil Vicente* ausgezeichnet.

[Das Ensemble beginnt eine improvisierte Probe. Deutsch und Französisch vermischen sich.]

Das Projekt bringt Jugendliche aus Deutschland und Frankreich für zwei Wochen zusammen. Die Gruppe arbeitet jeweils eine Woche in Deutschland und eine Woche in Frankreich an einer gemeinsamen Theaterproduktion, begleitet von paritätisch besetzten Leitungsteams. Die Arbeitsphasen schließen jeweils mit einer Aufführung vor Publikum ab. Spezifische Sprachkenntnisse sind keine Voraussetzung für die Teilnahme, Sprachanimationen und bilinguale Arbeitsweisen sind jedoch fest in die Workshops integriert. Inhaltlich entwickelte sich *InterKultour* von Poetry-Slam- und Textprojekten hin zu konkreten Theaterstücken – beispielsweise arbeitete das Projekt zuletzt mit einem Stück einer türkischen Autorin über Schleuser und Grenzübertritte. Theater dient dabei nicht nur als künstlerische Ausdrucksform, sondern auch als Raum für Perspektivwechsel und interkulturelle Reflexion.

[Lichtwechsel. Professor Brecht betritt die Bühne.]

Professor Brecht: Gefördert werden die Projekte von *InterKultour* vor allem durch das *Deutsch-Französische Jugendwerk*. Die Förderanträge werden jährlich abwechselnd von deutscher und französischer Seite gestellt. Der *BDAT* als Institution wird zusätzlich finanziell vom *BKM* unterstützt. Zudem fördern auch die jeweils beteiligten Bundesländer die konkreten Projekte.

[Die Stimmung wird lockerer und Professor Molière betritt die Bühne. Das Ensemble sitzt in einem Kreis zusammen.]

Professor Molière: Stephan Schnell schilderte mit Humor die kulturellen Unterschiede innerhalb des Projekts. So hätten die französischen Kolleginnen nur ungern selbst für größere Gruppen gekocht und immer wieder gefragt, ob sich dafür keine andere Lösung finden lasse. Mit einem Schmunzeln erzählte er außerdem, dass während der Begegnungen auch schon das ein oder andere Liebespaar entstanden ist. Besonders eindrücklich blieb ihm die Atmosphäre einer Abschlussaufführung in Esslingen in Erinnerung, zu der sogar das Team der Unterkunft kam, da die Gruppe und das gemeinsame Arbeiten eine besondere Ausstrahlung entwickelt hatten.

Szene 4 – Knirps Theater (gemäß eines Interviews mit Astrid Sacher)

[Die Projektion auf der Leinwand erlischt. Ein kleines mobiles Bühnenbild wird hereingerollt. Minimalistische, bunte Requisiten werden untereinander im Ensemble verteilt.]

Sprecherin: Das *Knirps Theater* wurde 1987 als freies mobiles Theater gegründet und war ursprünglich auf Kindertheater ausgerichtet – daher auch der Name. Die Idee, bilinguale Theaterstücke für Schüler:innen zu entwickeln, entstand 1996 während der Zusammenarbeit von Astrid Sacher mit ihrem französischsprachigen Partner Frédéric Camus. Inspiriert wurde Sacher unter anderem von einem englischen Kinder- und Jugendtheater in Berlin. Die ersten Stücke entstanden aus einer deutschen Perspektive auf Frankreich und griffen typische Erfahrungen von Austausch, Missverständnissen und kulturellen Unterschieden auf.

[Zwei Figuren aus dem Ensemble spielen eine humorvolle Szene voller Sprachmissverständnisse.]

Die Arbeitsweise des *Knirps Theaters* ist stark publikumsorientiert. In den selbstgeschriebenen Stücken gab es oft nur einen groben Szenenrahmen mit Anfang und Ende, während der Rest flexibel auf das Sprachniveau der Schülerinnen und Schüler angepasst wurde. Die Stücke sind in der Regel so aufgebaut, dass eine der Hauptfiguren häufig zwischen Deutsch und Französisch wechselt, wodurch ein direkter Zugang unabhängig von Sprachkenntnissen möglich ist. Körpersprache und Handlung spielen ebenfalls eine zentrale Rolle, sodass Inhalte auch ohne vollständiges Sprachverständnis erfassbar sind.

Professor Molière: Einige Produktionen wie *Rendez-vous : Paris* basieren auf realen Erfahrungen sowie journalistischen Berichten, welche als Grundlage für die Stückentwicklung dienten. Weitere Stücke wie *Nain, deux, trois, ...* oder *Méfie-toi ... des apparences !* griffen politische und gesellschaftliche Themen wie Identität, Medienbilder oder soziale Ungleichheit auf. Neben den Aufführungen entwickelten Astrid Sacher und Frédéric Camus auch Workshop-Formate, die darauf abzielten, Sprachhemmungen abzubauen, die Freude am Sprechen zu fördern und zugleich grundlegende theatrale Arbeitsweisen im Kontext des Fremdsprachenerwerbs zu vermitteln.

[Das Licht wird ruhiger. Das Ensemble setzt sich verteilt auf die Bühne.]

Professor Brecht: Die einzelnen Produktionen des *Knirps Theaters* werden durch den Landesverband professioneller freier Theater Rheinland-Pfalz unterstützt. Zudem wurden alle Produktionen durch das Ministerium für Familie, Frauen, Kultur und Integration in Rheinland-Pfalz gefördert. Zusätzlich wurden Schulaufführungen und Gastspiele regelmäßig durch schulische und kulturelle Förderprogramme ermöglicht.

Professor Molière: Astrid Sacher betont immer wieder den spielerischen und unmittelbaren Charakter ihrer Arbeit. Besonders prägend war die Erfahrung, dass Schülerinnen und Schüler trotz Sprachbarrieren aktiv auf der Bühne mitwirkten und stolz waren, Inhalte verstanden zu haben. Auch ungewöhnliche Spielorte blieben in Erinnerung, etwa eine Aufführung auf einem engen Chorbalkon in einer Kapelle. Insgesamt sei es ihr immer darum gegangen, Neugier zu wecken, Hemmungen abzubauen und Theater als lebendigen Begegnungsraum zu gestalten.

Professor Brecht: Die deutsch-französischen Stücke werden leider momentan aufgrund des Todes von Frédéric Camus nicht mehr aufgeführt. Astrid Sacher ist daher derzeit auf der Suche nach Künstler:innen, die die deutsch-französischen Stücke von ihr übernehmen und weiterführen möchten. Melden Sie sich gerne bei Frau Sacher, sollten Sie Interesse haben.

Szene 5 – Thealingua (gemäß eines Interviews mit Damien Poinsard)

[Die Requisiten und das mobile Bühnenbild verschwinden. Nur ein offener Raum bleibt zurück. Das Ensemble bewegt sich langsam, improvisierend durch den Raum.]

Sprecherin: *Thealingua* entstand aus der Zusammenarbeit von Damien Poinsard und Marjorie Nadal, die sich 2009 in Berlin kennenlernten. Während Damien Poinsard seinen Schwerpunkt früh

vom klassischen Theater auf die Theaterpädagogik verlagerte, brachte Marjorie Nadal Erfahrungen aus dem Improvisationstheater sowie dem Französischunterricht ein. Aus dieser Verbindung entwickelte sich die Idee, Sprache durch Theater und Improvisation unmittelbar erfahrbar zu machen – ein Ansatz, aus dem schließlich das Projekt *Thealingua* hervorging. *Thealingua* versteht sich dabei als theaterpädagogisches Bildungs- und Kulturprojekt, das theatrale Methoden mit Fremdsprachendidaktik verbindet. Ziel ist es, Sprachlernen durch kreative, körperliche und ganzheitliche Arbeitsweisen zu fördern. Dabei kommen Methoden wie Improvisation oder performative Übungen zum Einsatz, um Fremdsprachenlernen praxisnah, erfahrungsorientiert und partizipativ zu gestalten.

[Das Ensemble improvisiert kurze Bewegungs- und Sprachübungen.]

Grundlage der Projekte von *Thealingua* ist die eigens entwickelte, zertifizierte und gleichnamige *Thealingua-Methode*. Im Zentrum steht ein erfahrungsorientierter Lernprozess, bei dem die Teilnehmenden durch körperliche Übungen, Improvisation und gemeinsames szenisches Arbeiten eine eigene sprachliche und theatrale Ausdrucksweise entwickeln. Sprache wird dabei nicht in erster Linie als Lerngegenstand verstanden, sondern als Mittel zur Interaktion, kreativen Aushandlung und performativen Darstellung. Die Projekte beginnen meist mit körper- und theaterbasierten Übungen im Workshopformat, aus denen sich innerhalb weniger Tage kollektive Theaterkreationen und gegebenenfalls kurze Aufführungen in einer Fremdsprache entwickeln können. Ein zentraler Bestandteil ist zudem die Herstellung eines sicheren Rahmens, in dem die Teilnehmenden möglichst ungehemmt mit Stimme, Emotion und Bewegung experimentieren können. Die Projekte werden zudem individuell an Gruppen, Altersstufen und Kontexte angepasst – von der Grundschule bis zur Universität oder auch im außerschulischen Bildungsbereich, beispielsweise in Form von europäischen Austauschformaten.

[Licht wird wärmer.]

Professor Brecht: Die Finanzierung der *Thealingua*-Projekte variiert je nach Projektpartner und lokalen Rahmenbedingungen. Transnationale und europäische Projekte werden beispielsweise über Förderprogramme wie *Erasmus+* unterstützt. In Berlin, dem Hauptsitz von *Thealingua*, bestehen zudem spezielle Fördermöglichkeiten für externe Kulturprojekte an Schulen, die in Anspruch genommen werden können. Gefördert werden dabei in erster Linie zeitlich begrenzte und konkret konzipierte Projekte, nicht jedoch eine dauerhafte institutionelle Grundstruktur.

Professor Molière: Damien Poinsard beschreibt die Wirkung seiner Arbeit besonders eindrücklich über persönliche Rückmeldungen ehemaliger Teilnehmender. So habe sich ein früherer Jugendlicher Jahre später als Lehrer bei ihm bedankt und berichtet, wie prägend die Projekte für seinen eigenen Weg gewesen seien. Auch Lehrkräfte beobachteten häufig eine positive Veränderung der Klassendynamik nach den Workshops. Für Damien liegt der besondere Wert von *Thealingua* darin, dass Lernen nicht nur kognitiv, sondern über den Körper, Emotionen und gemeinsames Handeln erfolgt – und dass Sprache dadurch zu etwas wird, das erlebt wird, statt nur gelernt zu werden.

Schlussbild

[Alle Figuren stehen gemeinsam auf der Bühne.]

Professor Brecht: Theater allein verändert nicht die Welt.

Professor Molière: Aber es verändert den Blick aufeinander.

Studentin Lara: Es schafft Räume, in denen Menschen einander zuhören.

Studentin Janne: Und vielleicht beginnt Verständigung genau dort: Auf einer Bühne. In einem Gespräch. In einer gemeinsamen Geschichte.

Ensemble: Deutsch. Französisch. Theater. Begegnung.

[Licht wird langsam dunkler.]

Sprecherin: Der Vorhang fällt. Doch der Dialog geht weiter.

[Schwarzblende.]

(französische Version)

Personnages

- **Professeur Molière** – charismatique, parfois ironique
- **Professeur Brecht** – analytique, réfléchi
- **Étudiante Lara** – pédagogique, ouverte à l'expérimentation
- **Étudiante Janne** – intéressée par l'histoire, objective
- **Narratrice** – relie les scènes et crée l'atmosphère
- **Ensemble** – représente des voix historiques, des spectateur·rice·s et des participant·e·s

Prologue

[Clair-obscur. Au milieu se trouvent deux chaises vides. En arrière-plan résonnent doucement des chansons françaises qui se transforment lentement en chants populaires allemands.]

Narratrice : L'Europe se souvient. Des frontières. Des guerres. Du silence. Et pourtant, il existe des lieux où les êtres humains apprennent à s'écouter de nouveau. L'un de ces lieux est le théâtre.

[Lumière sur le professeur Brecht et le professeur Molière.]

Professeur Molière : La scène ne connaît pas de frontières.

Professeur Brecht : Mais elle connaît les conflits.

Professeur Molière : Et c'est précisément pour cela qu'elle se prête au dialogue.

Professeur Brecht : L'Allemagne et la France ont d'abord dû apprendre à s'écouter de nouveau.

Professeur Molière : Peut-être que tout a commencé par une conversation.

Professeur Brecht : Ou par une pièce de théâtre.

Scène 1 – Le rapprochement franco-allemand

[Lumière tamisée. Sur l'écran en arrière-plan apparaissent des images en noir et blanc de villes détruites, de vieux journaux et de passages frontaliers. Le professeur Brecht avance lentement. Le professeur Molière reste d'abord dans la pénombre.]

Professeur Brecht : Au regard de l'histoire franco-allemande, de nombreuses institutions se sont développées au fil du temps afin de renforcer les relations entre les deux pays. Surtout après la Seconde Guerre mondiale, beaucoup d'institutions culturelles ont vu le jour et se sont consacrées à la promotion des échanges ainsi qu'au rapprochement.

[Courte pause. L'étudiante Janne entre sur scène et se place au bord du plateau. Elle tient deux aimants dans la main qui, au début, se repoussent, mais qui, après un certain temps, s'attirent l'un l'autre. L'ensemble se déplace lentement sur scène et représente des rencontres entre êtres humains.]

Étudiante Janne : Une nouvelle phase de rapprochement entre l'Allemagne et la France a ainsi commencé après une longue période de conflits et de rivalités.²¹ L'institutionnalisation des relations culturelles après la Seconde Guerre mondiale a constitué une base pour la compréhension mutuelle ainsi que pour le « rapprochement des peuples ».²² Le dépassement de la prétendue *inimitié héréditaire* était alors considéré comme une étape politique et symbolique essentielle, qui devait également contribuer à long terme au maintien de la paix en Europe.²³ Déjà avant le *Traité de l'Élysée*, un accord culturel entre l'Allemagne et la France a été signé le 23 octobre 1954 ; celui-ci comprenait des échanges linguistiques, universitaires ainsi que des échanges destinés à la jeunesse, mais également la « coopération dans le domaine des arts ».²⁴ Le *Traité de l'Élysée*, déjà mentionné, occupe ensuite une place particulière, puisqu'il est compris comme une « première étape de la réconciliation ».²⁵ Il englobe contractuellement la coopération en matière de politique étrangère, de défense ainsi que de questions éducatives et de jeunesse entre la France et l'Allemagne.²⁶

[La projection sur l'écran s'éteint. Légère lumière sur deux figures de l'ensemble qui se serrent prudemment la main.]

Bien que le terme de culture ne soit pas explicitement mentionné dans le traité, celui-ci l'évoque indirectement à travers les domaines de l'éducation et de la jeunesse. Il a ainsi produit un effet symbolique majeur et contribue encore aujourd'hui au renforcement de la coopération culturelle dans le cadre de la réconciliation franco-allemande.²⁷ Dans ce contexte et grâce à d'autres liens franco-allemands, les échanges artistiques se sont déjà davantage développés dans les années

²¹ Vgl. Leonard 2015: 15.

²² Vgl. Mazé 2015: 172.

²³ Vgl. Vogel 2005: 419. / Roussel / Kufer 2015: 72.

²⁴ Vgl. Mazé 2015: 172-173.

²⁵ Vgl. Vogel 2005: 418.

²⁶ Vgl. Mandret-Degeilh 2015: 89.

²⁷ Vgl. ebd. : 90-94.

1950 sous forme d'idées, de mises en scène ou de représentations dans le pays voisin. Jean Vilar constitue un exemple de cet échange artistique : entre 1951 et 1953, il a mis en scène Kleist en France et a organisé des tournées en langue française en Allemagne.²⁸ Des pièces de Büchner et de Kleist ainsi que de Corneille et de Molière ont notamment été jouées.

[Changement de lumière. L'ensemble se fige brièvement dans une situation scénique.]

En France s'est développée parallèlement la *décentralisation culturelle*, qui a conduit à une « expansion du champ théâtral français ».²⁹ Les critiques adressées au théâtre bourgeois ainsi qu'à la *Comédie-Française* ont eu pour conséquence que le théâtre est devenu de plus en plus politique. Cela a également suscité un intérêt croissant pour les pièces de théâtre germanophones, puisqu'elles abordaient des thèmes politiques qui étaient moins présents dans la tradition théâtrale française.³⁰ Contrairement au théâtre allemand en France, le théâtre français avait déjà trouvé beaucoup plus facilement sa place en Allemagne au XIX^e siècle ainsi qu'au début du XX^e siècle et y rencontrait un plus grand intérêt.³¹ L'existentialisme a ainsi fait son entrée dans les paysages théâtraux allemands comme une *grande mode*. De plus, les dramaturges français du mouvement d'avant-garde du *Nouveau théâtre* ont souvent été mis en scène.³²

[Certains membres de l'ensemble lancent dans l'espace les noms de grands dramaturges.]

Ensemble:

Sartre.

Camus.

Ionesco.

Beckett.

Mnouchkine.

Bausch.

Brecht.

Müller.

Étudiante Janne : À côté de Molière, les pièces de Sartre, Camus, Ionesco et Beckett comptaient parmi les œuvres françaises les plus jouées et suscitaient parfois des réactions

²⁸ Vgl. Klein 2015: 89.

²⁹ Vgl. Colin 2015a: 183.

³⁰ Vgl. ebd.: 2015b: 253.

³¹ Vgl. Colin 2015b: 253.

³² Vgl. ebd.: 254.

polarisées. En revanche, en France, Brecht ainsi que plus tard Bernhard et Müller étaient surtout au centre de l'intérêt.³³ Pina Bausch et Ariane Mnouchkine ont elles aussi, grâce à leurs nouvelles méthodes de travail et leurs approches théâtrales novatrices, rayonné jusqu'à l'autre pays et y ont influencé la scène théâtrale. L'échange théâtral apportait différents avantages. De nouvelles perspectives pouvaient s'ouvrir, par exemple lorsque des pièces allemandes étaient mises en scène et interprétées à partir d'un regard français.³⁴ En même temps, le théâtre éveillait un intérêt pour la culture française, ce qui valait également dans l'autre sens. Klein parle dans ce contexte de la « culture comme terrain commun », qui permet les rencontres ainsi que la compréhension mutuelle.³⁵

[Les figures se rapprochent lentement les uns des autres.]

Professeur Brecht : Ainsi, le théâtre devient non seulement un lieu de représentation, mais également un espace de réflexion culturelle et politique, d'échange ainsi que de rencontre interculturelle entre l'Allemagne et la France.

Transition – Du théâtre historique à la rencontre vécue

[L'étudiante Janne sort. L'étudiante Lara entre en scène. La scène devient plus claire et plus vivante.]

Étudiante Lara : Pourtant, le théâtre franco-allemand n'est pas resté seulement un projet de grandes scènes ou de metteurs en scène célèbres. Il s'est déplacé vers les écoles. Les maisons de jeunes. Les ateliers. Les petites salles de répétition. Là, quelque chose de nouveau est apparu : le travail théâtral interculturel. Une forme de théâtre qui ne raconte pas seulement des histoires, mais qui rassemble les personnes. Non pas malgré leurs différences. Mais précisément grâce à elles.

³³ Vgl. ebd.: 255-256.

³⁴ Vgl. Klein, 2015: 111-112.

³⁵ Vgl. ebd.: 114.

Scène 2 – Pourquoi le théâtre crée des liens

[L'ensemble se déplace librement dans l'espace. Certain·e·s improvisent de petites scènes, d'autres s'observent mutuellement.]

Étudiante Lara : Les projets de théâtre interculturel sont plus que des offres de loisirs ou des formats scéniques créatifs. Ils créent des espaces dans lesquels des personnes issues de contextes culturels différents peuvent entrer en contact, échanger des perspectives et vivre des expériences communes. Mais pourquoi le théâtre se prête-t-il particulièrement bien à cet effet ?

[Le professeur Molière prend l'une des deux chaises, s'assoit au milieu de la scène et tente, par pantomime, de briser le quatrième mur.]

Professeur Brecht : L'une des valeurs ajoutées du théâtre réside dans le fait que l'apprentissage, dans ce contexte, ne se fait pas uniquement par la langue ou par la théorie, mais à travers une expérience globale. Manfred Schewe décrit cette approche comme un apprentissage avec « la tête, le cœur, la main et le pied ».³⁶ Le travail théâtral ne sollicite donc pas seulement l'intellect, mais intègre également l'expérience sensorielle, la perception, le corps et les émotions dans le processus d'apprentissage. D'un point de vue psychologique, cela peut favoriser un traitement plus profond de l'information, propice à un apprentissage durable.³⁷

[L'ensemble représente différentes émotions – joie, incertitude, curiosité.]

Étudiante Lara : De plus, le théâtre offre la possibilité d'explorer différents rôles, perspectives et attitudes. Il ne s'agit pas de reproduire fidèlement la réalité ni de rechercher une vérité unique. Au contraire, comme le décrit Ulrike Hentschel, « l'activité du jeu est toujours liée à la constitution et à l'acceptation de différentes réalités susceptibles de coexister ».³⁸

[Deux figures de l'ensemble jouent la même scène de manière différente.]

Le théâtre crée ainsi des espaces dans lesquels différentes visions peuvent coexister et être négociées. C'est précisément là que réside une force centrale du travail théâtral interculturel : les personnes ne se rencontrent pas seulement comme représentant·e·s de certains groupes culturels, mais comme individus agissants et narrateurs qui entrent ensemble dans un échange créatif. Il est particulièrement important que le théâtre puisse rendre visibles et exploiter de manière productive les différences culturelles.³⁹ Différentes langues, expériences, formes

³⁶ Vgl. Schewe 1993: 9.

³⁷ Vgl. Haack 2017: 100.

³⁸ Hentschel 2000: 244. [Trad de l'autrice – « [...] die Tätigkeit des Spielens immer verbunden mit dem Konstituieren und Akzeptieren unterschiedlicher, nebeneinander möglicher Wirklichkeiten. »]

³⁹ Vgl. Sting 2012: 195.

d'expression et modèles d'action peuvent ainsi être intégrés de manière ciblée dans le travail artistique. Grâce aux moyens de création esthétique naissent alors des signes, des symboles, des images ou des récits qui rendent les différences culturelles artistiquement visibles, les mettent en valeur ou les accentuent, sans qu'elles soient nécessairement associées à un jugement.⁴⁰

[L'ensemble chuchote simultanément en allemand et en français. Peu à peu naît un rythme commun.]

Dans ce contexte, l'apprentissage interculturel relève moins d'un savoir théorique sur d'autres cultures que d'une capacité à appréhender de manière constructive la diversité et les différences. Des espaces se créent ainsi, dans lesquels la diversité culturelle n'est pas seulement thématisée, mais vécue et négociée ensemble. Le théâtre offre pour cela un cadre protégé dans lequel il ne s'agit pas de vrai ou de faux, mais d'expérimenter ensemble, de découvrir différentes perspectives et de porter un regard réflexif sur ses propres perceptions ainsi que sur celles des autres.

Transition – De la théorie à la scène

[Le professeur Brecht et le professeur Molière sortent en emportant les chaises en coulisses. L'étudiante Lara sort. L'ensemble s'assoit au bord de la scène. La narratrice avance au centre.]

Narratrice : Mais à quoi ressemble réellement ce travail ? Qui organise de telles rencontres ? Qui réunit des jeunes, des artistes ou des classes entières ? Derrière tout cela se trouvent des personnes avec des idées, de l'engagement et une passion pour le théâtre. Des institutions et des projets qui montrent que l'échange théâtral franco-allemand ne fait pas seulement partie du passé, mais qu'il continue d'être vécu aujourd'hui – sur de petites et grandes scènes, dans des ateliers, des rencontres de jeunesse et des salles de répétition. Trois organisations seront donc présentées dans ce qui suit, chacune se consacrant à sa manière à l'échange théâtral franco-allemand. Cette présentation repose sur des entretiens réalisés avec les responsables concernés.

[Changement de lumière. En arrière-plan, une projection graphique des trois organisations culturelles apparaît sur le mur. L'ensemble lance dans le public des flyers comportant la même illustration.]

⁴⁰ Vgl. ebd.

Le théâtre et la langue vivante

Acteurs, axes principaux & connexions

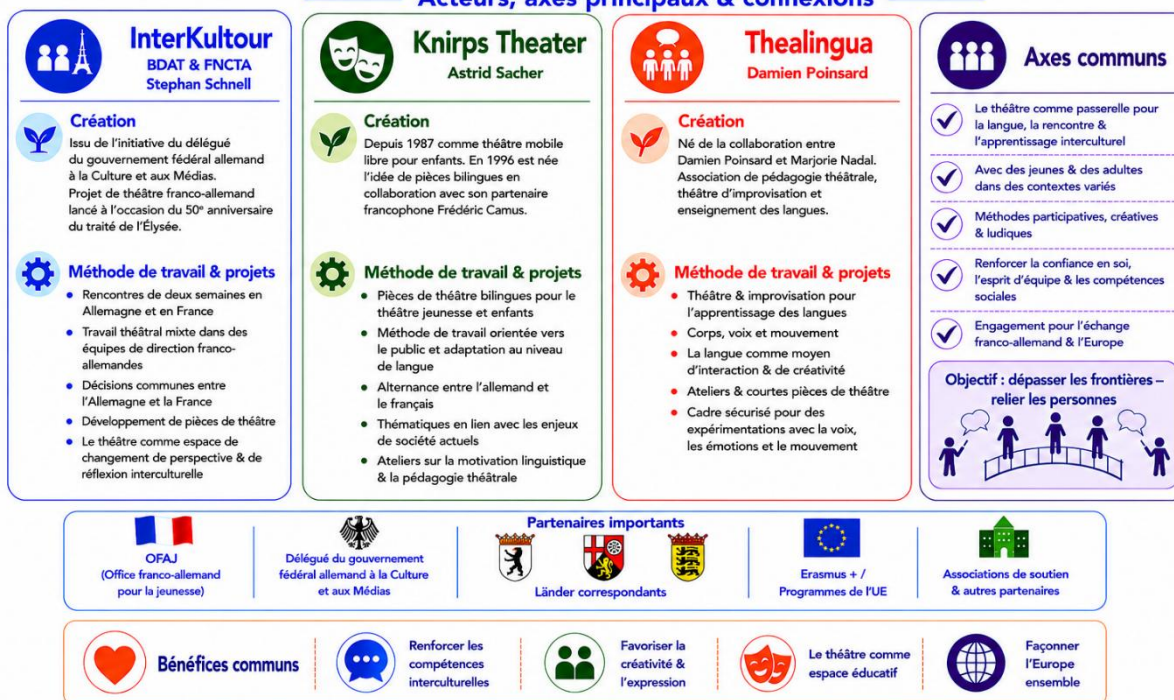


Illustration 1 : Vue d'ensemble des organisations, générée par l'IA et selon les entretiens avec (InterKultour), Astrid Sacher (Knirps Theater) et Damien Poinard (Thealingua)

Scène 3 – InterKultour (selon un entretien avec Stephan Schnell)

[Une partie de l'ensemble traverse la scène avec des valises et des accessoires. Sur l'écran apparaissent des images de voyages en train, d'ateliers et de répétitions théâtrales.]

Narratrice : InterKultour est né dans le contexte du cinquantième anniversaire du *Traité de l'Élysée*. L'initiative remonte à une demande du *délégué du gouvernement fédéral allemand à la Culture et aux Médias (BKM)* adressée à la *Fédération allemande du théâtre amateur (BDAT)*, afin de savoir s'il existait une idée de projet appropriée pour cette occasion. En collaboration avec l'organisation partenaire française *FNCTA*, un projet théâtral franco-allemand a alors été développé, reposant dès le départ sur l'égalité et la prise de décision commune. Le nom *InterKultour* renvoie à l'idée d'un voyage à travers les deux pays et d'un échange culturel intense. Fin mars 2025, *InterKultour* a reçu pour la première fois le prix européen du théâtre amateur *Gil Vicente*.

[L'ensemble commencent une répétition improvisée. L'allemand et le français se mélangent.]

Le projet réunit pendant deux semaines des jeunes d'Allemagne et de France. Le groupe travaille une semaine en Allemagne et une semaine en France à une production théâtrale commune, accompagnée par des équipes de direction composées de manière paritaire. Chaque phase de travail se termine par une représentation devant un public. Des connaissances linguistiques spécifiques ne sont pas nécessaires pour participer, mais des animations linguistiques et des méthodes de travail bilingues sont intégrées de manière fixe dans les ateliers. Sur le plan du contenu, *InterKultour* est passé de projets de poetry slam et de textes à de véritables pièces de théâtre – le projet a récemment travaillé, par exemple, sur une pièce d'une auteure turque portant sur les passeurs et les passages de frontières. Le théâtre devient ainsi non seulement une forme d'expression artistique, mais aussi un espace de changement de perspective et de réflexion interculturelle.

[Changement de lumière. Professeur Brecht entre en scène.]

Professeur Brecht : Les projets d'*InterKultour* sont principalement soutenus par l'*Office franco-allemand pour la jeunesse*. Les demandes de subvention sont déposées chaque année en alternance par la partie allemande et la partie française. Le *BDAT*, en tant qu'institution, reçoit également un soutien de la *BKM*. De plus, les différentes régions concernées (*Bundes-länder*) soutiennent également les projets concrets.

[L'atmosphère se détend et le professeur Molière entre en scène. L'ensemble est assis en cercle.]

Professeur Molière : Stephan Schnell a décrit avec humour les différences culturelles au sein du projet. Ainsi, les collègues françaises n'aimaient guère cuisiner elles-mêmes pour de grands groupes et demandaient régulièrement s'il n'existait pas une autre solution. Avec un sourire, il a raconté également que plusieurs couples s'étaient déjà formés au cours des rencontres. Il garde surtout en mémoire l'atmosphère d'une représentation finale à Esslingen, à laquelle même l'équipe de l'hébergement était venue assister, tant le groupe et le travail commun dégageaient une énergie particulière.

Scène 4 – Knirps Theater (selon un entretien avec Astrid Sacher)

[La projection sur l'écran s'éteint. Un petit décor mobile est amené sur scène. Des accessoires minimalistes et colorés sont distribués au sein de l'ensemble.]

Narratrice : Le *Knirps Theater* a été fondé en 1987 comme théâtre mobile indépendant et était à l'origine consacré au théâtre pour enfants – d'où son nom. L'idée de développer des pièces bilingues pour les élèves est née en 1996 durant la collaboration d'Astrid Sacher avec son partenaire francophone Frédéric Camus. Sacher s'est notamment inspirée d'un théâtre anglais pour enfants et adolescents à Berlin. Les premières pièces sont nées d'une perspective allemande sur la France et reprenaient des expériences typiques d'échange, de malentendus et de différences culturelles.

[Deux figures de l'ensemble jouent une scène humoristique remplie de malentendus linguistiques.]

La méthode de travail du *Knirps Theater* est fortement orientée vers le public. Dans les pièces écrites par Sacher elle-même, il n'existait souvent qu'un cadre général avec un début et une fin, tandis que le reste était adapté de manière flexible au niveau linguistique des élèves. Les pièces sont généralement conçues de façon à ce que l'un des personnages principaux alterne régulièrement entre l'allemand et le français, offrant ainsi un accès direct au spectacle indépendamment des connaissances linguistiques. Le langage corporel et l'action jouent également un rôle central, de sorte que les contenus restent compréhensibles, même sans compréhension complète de la langue.

Professeur Molière : Certaines productions, comme *Rendez-vous : Paris*, reposent sur des expériences réelles et sur des reportages journalistiques ayant servi de base à la création des pièces. D'autres pièces comme *Nain, deux, trois, ...* ou *Méfie-toi ... des apparences !* abordent des thèmes politiques et sociaux tels que l'identité, les représentations médiatiques ou les inégalités sociales. À côté des représentations, Astrid Sacher et Frédéric Camus ont également développé des formats d'ateliers visant à réduire les inhibitions linguistiques, à encourager le plaisir de s'exprimer et à transmettre, dans le contexte de l'apprentissage des langues étrangères, des méthodes fondamentales du travail théâtral.

[La lumière devient plus calme. L'ensemble s'assoit à différents endroits de la scène.]

Professeur Brecht : Les différentes productions du *Knirps Theater* sont soutenues par la *Fédération des théâtres professionnels indépendants de Rheinland-Pfalz*. De plus, toutes les productions ont été financées par le *Ministère de la Famille, des Femmes, de la Culture et de*

l'Intégration de Rheinland-Pfalz. Les représentations scolaires ont également été régulièrement rendues possibles grâce à des programmes de soutien scolaires et culturels.

Professeur Molière : Astrid Sacher souligne sans cesse le caractère ludique et direct de son travail. Ce qui était particulièrement marquant pour elle, c'était de voir les élèves participer activement sur scène malgré les barrières linguistiques et être fiers d'avoir compris les contenus. Des lieux de représentation inhabituels sont également restés en mémoire, comme une représentation sur une étroite tribune de chœur dans une chapelle. Dans l'ensemble, son objectif a toujours été d'éveiller la curiosité, de réduire les inhibitions et de faire du théâtre un espace vivant de rencontre.

Professeur Brecht : Les pièces franco-allemandes ne sont malheureusement plus jouées pour le moment en raison du décès de Frédéric Camus. Astrid Sacher recherche donc actuellement des artistes qui souhaiteraient reprendre et poursuivre ses pièces franco-allemandes. N'hésitez pas à contacter Mme Sacher si cela vous intéresse.

Scène 5 – Thealingua (selon un entretien avec Damien Poinsard)

[Les accessoires et le décor mobile disparaissent. Seul un espace ouvert demeure. L'ensemble se déplace lentement dans l'espace en improvisant.]

Narratrice : *Thealingua* est né de la collaboration entre Damien Poinsard et Marjorie Nadal, qui se sont rencontrés à Berlin en 2009. Alors que Damien Poinsard déplaçait très tôt son intérêt du théâtre classique vers la pédagogie théâtrale, Marjorie Nadal apportait son expérience du théâtre d'improvisation ainsi que de l'enseignement du français. De cette collaboration est née l'idée de rendre la langue immédiatement accessible par le théâtre et l'improvisation – une approche à partir de laquelle le projet *Thealingua* a finalement vu le jour. *Thealingua* se considère ainsi comme un projet éducatif et culturel de pédagogie théâtrale qui associe méthodes théâtrales et didactique des langues étrangères. L'objectif est de favoriser l'apprentissage des langues à travers des méthodes créatives, corporelles et globales. Des méthodes telles que l'improvisation ou des exercices performatifs sont utilisées afin de rendre l'apprentissage des langues étrangères plus vivant et participatif.

[L'ensemble improvise de courts exercices de mouvement et de langage.]

Les projets de *Thealingua* reposent sur la méthode *Thealingua*, développée et certifiée spécialement à cet effet. Au centre se trouve un processus d'apprentissage fondé sur

l'expérience, dans lequel les participant·e·s développent leur propre forme d'expression linguistique et théâtrale à travers des exercices corporels, des improvisations et un travail scénique collectif. La langue n'est alors pas comprise en premier lieu comme un objet d'apprentissage, mais comme un moyen d'interaction, de négociation créative et de représentation performative. Les projets commencent généralement par des exercices corporels et théâtraux sous forme d'ateliers, à partir desquels peuvent naître en quelques jours des créations théâtrales collectives et éventuellement de courtes représentations en langue étrangère. Un élément central consiste également à créer un cadre sécurisant dans lequel les participant·e·s peuvent expérimenter le plus librement possible avec la voix, les émotions et le mouvement. De plus, les projets sont adaptés individuellement aux groupes, aux tranches d'âge et aux contextes – de l'école primaire à l'université, mais aussi dans le domaine de l'éducation extrascolaire, par exemple sous forme de programmes d'échange européens.

[La lumière devient plus chaleureuse.]

Professeur Brecht : Le financement des projets *Thealingua* varie selon les partenaires du projet et les conditions locales. Les projets transnationaux et européens sont par exemple soutenus par des programmes comme *Erasmus+*. À Berlin, siège principal de *Thealingua*, il existe également des dispositifs spécifiques de financement pour les projets culturels menés dans les écoles, auxquels il est souvent possible de recourir. Les financements concernent avant tout des projets ponctuels et clairement définis, mais non une structure institutionnelle permanente.

Professeur Molière : Damien Poinsard décrit l'impact de son travail de manière particulièrement frappante à travers les retours personnels d'anciens participant·e·s. Ainsi, un ancien adolescent devenu enseignant l'a remercié plusieurs années plus tard et lui a raconté à quel point les projets avaient marqué son propre parcours. Les enseignant·e·s observaient également souvent une évolution positive de la dynamique de classe après les ateliers. Pour Damien, la valeur particulière de *Thealingua* réside dans le fait que l'apprentissage ne passe pas seulement par la cognition, mais aussi par le corps, les émotions et l'action commune – et que la langue devient ainsi quelque chose qui se vit, au lieu d'être simplement apprise.

Tableau final

[Tous les figures sont réunies sur scène.]

Professeur Brecht : Le théâtre ne change pas le monde à lui seul.

Professeur Molière : Mais il change le regard porté les uns sur les autres.

Étudiante Lara : Il crée des espaces dans lesquels les personnes s'écoutent.

Étudiante Janne : Et peut-être que la compréhension commence précisément là : sur une scène.
Dans une conversation. Dans une histoire commune.

Ensemble : Allemand. Français. Théâtre. Rencontre

Literaturverzeichnis / Bibliographie

Colin, Nicole (2015): Deutsches Theater in Frankreich, in: Nicole Colin et al. (Hrsg.): *Lexikon der deutsch-französischen Kulturbeziehungen nach 1945* (edition lendemain, Bd. 28), 2. Aufl., Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, S. 183–186.

Colin, Nicole (2015): Französisches Theater in Deutschland, in: Nicole Colin et al. (Hrsg.): *Lexikon der deutsch-französischen Kulturbeziehungen nach 1945* (edition lendemain, Bd. 28), 2. Aufl., Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, S. 253–257.

Haack, Adrian (2017): Ganzheitliches Lernen, in: Carola Surkamp (Hrsg.): *Metzler Lexikon Fremdsprachendidaktik. Ansätze – Methoden – Grundbegriffe*, 2. Aufl., Stuttgart: J.B. Metzler, S. 99–100.

Hentschel, Ulrike (2000): *Theaterspielen als ästhetische Bildung. Über einen Beitrag produktiven künstlerischen Gestaltens zur Selbstbildung*, 2. Aufl., Weinheim: Schibri-Verl.

Klein, Christian (2015): Jean Vilar und das Theaterfestival von Avignon 1948–1953. Inszenierungen und Tournées (Büchner, Kleist, Corneille und Molière), in: Stephan Braese/Ruth Vogel-Klein (Hrsg.): *Zwischen Kahlschlag und Rive Gauche. Deutsch-französische Kulturbeziehungen 1945–1960*, Würzburg: Königshausen & Neumann, S. 105–124.

Leonhard, Jörn (2015): Nationen und Emotionen nach dem Zeitalter der Extreme – Deutschland und Frankreich im 20. Jahrhundert, in: Jörn Leonhard: *Vergleich und Verflechtung. Deutschland und Frankreich im 20. Jahrhundert* (Studien des Frankreich-Zentrums der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, Bd. 22), Berlin: Erich Schmidt Verlag, S. 7–26.

Mandret-Degeilh, Antoine (2015): Elysée-Vertrag / Traité de l'Elysée, in: Astrid Kufer et al. (Hrsg.): *Handwörterbuch der deutsch-französischen Beziehungen*, 2. Aufl., Baden-Baden: Nomos, S. 89–94.

Mazé, Camille (2015): Kulturbeziehungen / Relations culturelles, in: Astrid Kufer et al. (Hrsg.): *Handwörterbuch der deutsch-französischen Beziehungen*, 2. Aufl., Baden-Baden: Nomos, S. 172–175.

Roussel, Benoît/Astrid Kufer (2015): Deutsch-französischer Motor / Moteur franco-allemand, in: Astrid Kufer et al. (Hrsg.): *Handwörterbuch der deutsch-französischen Beziehungen*, 2. Aufl., Baden-Baden: Nomos, S. 70–77.

Sting, Wolfgang (2012): Interkulturelles Theater, in: Christopher Nix et al.: *Theaterpädagogik* (Lektionen, Bd. 5), Berlin: Theater der Zeit, S. 189–196.

Vogel, Wolfram (2005): Die deutsch-französischen Beziehungen, in: Adolf Kimmel/Henrik Uterwedde (Hrsg.): *Länderbericht Frankreich. Geschichte, Politik, Wirtschaft, Gesellschaft* (Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd. 462), 2. Aufl., Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 418–435.

LATINA, ein lateinamerikanisches Festival in Flensburg / échanges culturels latino-américains à Flensburg

Texte auf Deutsch und Spanisch

Dieser Artikel stellt die 2023 ins Leben gerufene Kulturinitiative **La.tina** vor. Mit dem Ziel, die Sichtbarkeit der lateinamerikanischen Kultur zu erhöhen und die Mehrsprachigkeit in Norddeutschland zu stärken, hat sich La.tina zu einem wichtigen Bindeglied zwischen Universitätscampus und Stadt entwickelt. In den folgenden Abschnitten werden die Hintergründe der Initiative, die statistischen Herausforderungen bei der Erfassung der lateinamerikanischen Bevölkerung in Schleswig-Holstein sowie die verschiedenen Projektaktivitäten erläutert.

La iniciativa cultural **La.tina** surgió en el año 2023 con el objetivo de visibilizar la cultura latinoamericana, fomentar el multilingüismo y fortalecer los lazos iberoamericanos en el norte de Alemania. Su nombre es un ingenioso juego de palabras: fusiona la identidad "latina" con la palabra española "tina" (bañera), aludiendo a la forma de la bahía del puerto de Flensburg y el deseo de "hacer nadar" el estilo latinoamericano en sus aguas. Aunque legalmente depende de la **Fördergesellschaft der Universität Flensburg e. V.**, es gestionada por estudiantes voluntarios con el apoyo académico de **Erduin Pérez de la Vega**, lector de español de la EUF.

La comunidad hispana y latina en Schleswig-Holstein y Flensburg

Históricamente, Schleswig-Holstein ha tenido una presencia hispana dispersa, iniciada por españoles que huían del franquismo y continuada por una migración latinoamericana creciente. A finales de 2025, la población con nacionalidad americana en el estado alcanzó las **18.520 personas**, mostrando un crecimiento del 6,04% respecto al año anterior. En Flensburg, una ciudad con cerca de 96.431 habitantes y una tasa de extranjeros del 16,9%, el colectivo latinoamericano es dinámico, pero estadísticamente difícil de precisar. El grupo nacional más representativo sigue siendo el de los brasileños, seguidos por chilenos y argentinos.

La trampa de los censos: ¿Dónde están los latinos de Flensburg?

Las estadísticas oficiales suelen subestimar el tamaño real de esta comunidad debido a las definiciones legales alemanas. Según el Artículo 2 de la Ley de Residencia, solo se contabiliza como extranjero a quien no posea la nacionalidad alemana. Esto excluye a personas con **dobles nacionalidad** (por ejemplo, latinoamericanos con pasaportes italianos o españoles), lo que significa que el número real de latinos en Flensburg podría superar los 500 individuos. Esta «invisibilidad estadística» hace que proyectos de base cualitativa como La.tina sean fundamentales para la planificación de políticas de integración regional.

Aktivitäten und das La.tina-Festival

Das Hauptevent ist das La.tina-Festival, das 2026 vom 11. bis 13. Juni stattfindet. Das Festival bringt akademisches Wissen und lateinamerikanische Kultur in den urbanen Raum durch:

- **Konzerte und Tanz:** Salsa- und Bachata-Workshops sowie Auftritte verschiedener Gruppen
- **Bildende Kunst:** Von Künstler:innen gestaltete Wandmalereien im öffentlichen Raum
- **Gastronomie:** Der Lebensmittelmarkt, der Hunderte von Besuchern in den Hafen lockt.

Darüber hinaus finden regelmäßig Veranstaltungen wie La Familia La.tina (Treffen für zweisprachige Familien), La Cocina La.tina (eine Gemeinschaftsküche) und La Tinita (ein Kinderbereich mit Piñatas und peruanischem Theater) statt.



Illustration 1: Platzhalter für das offizielle Poster des La.tina Festivals 2026, © La.tina

Zukunft und Herausforderungen der Initiative

Die Zukunft von La.tina hängt davon ab, ob es gelingt, Autonomie und institutionelle Unterstützung in Einklang zu bringen. Aktuell bemüht sich die Organisation um Mikrofinanzierung und langfristige regionale Fördergelder, um die Stabilität des Festivals für die nächsten vier Jahre zu sichern. Ziel ist es, dass La.tina ein demokratischer und freiwilliger Raum bleibt, in dem Studierende die volle Autonomie bei der Koordination mit Künstlern und Veranstaltungsorten haben. Wie im Gespräch mit den Organisatoren erwähnt, ist das langfristige Ziel, das Projekt eigenständig zu etablieren, um seine Flexibilität und kulturelle Bedeutung in der Stadt zu erhalten.



Illustration 2: Orga-Team von La.Tina, © La.Tina Flensburg (Fotograf/in nicht angegeben)

Perspectiva interna: Entrevista con el equipo de La.tina

Para profundizar en el funcionamiento real de la iniciativa, hemos contado con el testimonio directo de una de las coordinadoras estudiantiles del equipo de La.tina. Esta conversación revela los entresijos de una organización que, aunque nacida en la universidad, lucha por mantener su identidad propia y su autonomía en el espacio urbano de Flensburg.

Aunque el proyecto comenzó a gestarse en **2022**, fue la inquietud de los estudiantes de español lo que le dio forma definitiva. El equipo funciona de manera **democrática y horizontal**: "no hay jerarquía en la latina... todos pueden decidir y es más una democracia"/„Bei La.Tina gibt es keine Hierarchie... jeder kann mitentscheiden, es herrscht eher eine Demokratie. “

La trayectoria financiera de La.tina ha sido una montaña rusa que ha marcado su evolución. Comenzaron con un fondo estatal para proyectos juveniles, lo que permitió financiar las dos

primeras ediciones con artistas de Berlín y Hamburgo. Actualmente dependen de **microfinanciación** y colaboraciones puntuales, aunque han solicitado una subvención regional de gran cuantía que les daría estabilidad por los próximos cuatro años.

A pesar de las dificultades, el festival ha logrado consolidarse. Mientras que actividades más "intelectuales" como lecturas o exposiciones atraen entre 20 y 50 personas (incluyendo a menudo a residentes locales mayores), los eventos masivos como el **Food Market** o la fiesta final pueden congrega a cientos de personas. El equipo reconoce que han creado una "burbuja" positiva en la universidad, donde el nombre de La.tina ya es reconocido por la mayoría de los estudiantes.

Conclusión / Fazit

En conclusión, la iniciativa **La.tina** ha logrado que la riqueza cultural de América Latina "nade" con éxito en las aguas del puerto de Flensburg, superando la **invisibilidad estadística** que a menudo oculta la verdadera dimensión de esta comunidad en la región. Aunque el proyecto tuvo su cuna en un entorno de formación y estudio, su motor principal es hoy el compromiso voluntario de un equipo que busca dinamizar el espacio urbano de forma independiente. Como se destacó en las conversaciones con los organizadores, el objetivo a futuro es consolidar una **plena autonomía** para ganar flexibilidad y "autoridad" cultural en la ciudad, aspirando a una estabilidad financiera propia para los próximos cuatro años. De este modo, La.tina se proyecta no solo como un festival anual, sino como un espacio permanente de intercambio y "**Buen Vivir**" que fortalece el tejido social en el norte de Alemania.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es der Initiative **La.tina** gelungen ist, das lateinamerikanische Lebensgefühl erfolgreich in den Gewässern des Flensburger Hafens "schwimmen" zu lassen und so die **statistische Unsichtbarkeit** zu überwinden, die das wahre Ausmaß dieser Gemeinschaft in der Region oft verbirgt. Obwohl das Projekt seinen Ursprung in einem Universitäts- und Studienkontext hatte, ist sein heutiger Hauptantrieb das ehrenamtliche Engagement eines Teams, das den städtischen Raum unabhängig beleben möchte. Wie in den Gesprächen mit den Organisatoren betont wurde, ist das zukünftige Ziel die Festigung einer **vollständigen Autonomie**, um an Flexibilität und kultureller "Autorität" in der Stadt zu gewinnen, wobei eine eigene finanzielle Stabilität für die nächsten vier Jahre angestrebt wird. Auf diese Weise versteht sich La.tina nicht nur als jährliches Festival, sondern als dauerhafter Raum für Austausch und das "**Buen Vivir**", die den sozialen Zusammenhalt im Norden Deutschlands stärken.

Bibliographie / Bibliografía

Europa-Universität Flensburg (2026). International calendar - Pop-up Concert Rumbia. <https://www.uni-flensburg.de/en/international/international-calendar/event/pop-up-konzert-rumbia-oesterreich-peru-deutschland-cuba> (zuletzt abgerufen: 10.6.2026).

La.tina (2026). Impressum y El Festival. latinaflensburg.de. <https://latinaflensburg.de/> (zuletzt abgerufen: 10.6.2026).

Statistikamt Nord (2026). Ausländische Bevölkerung in Schleswig-Holstein am 31.12.2025. <https://www.landtag.ltsh.de/infothek/wahl20/umdrucke/06500/umdruck-20-06591.pdf> (zuletzt abgerufen: 10.6.2026).

UrbiStat (2023). Demographic statistics Municipality of Flensburg. <https://ugeo.urbistat.com/AdminStat/en/de/demografia/dati-sintesi/flensburg%2C-kreisfreie-stadt/20147703/4> (zuletzt abgerufen: 10.6.2026).

La.Tina Team (2026). Interview über die Struktur und Finanzierung von La.tina (Audiodatei von Pablo Omar Muñoz Cardona, Rafael Torres)

III. Kooperation und Bildung – Coopération et éducation – Cooperación y educación

Marina Berrocal Ruiz, Carmen Millán Ginés et Blanca Periago Contreras

Programmes de mobilité et leur importance pour l'échange culturel

L'exemple de l'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ)

Abstract: Deutsch, Text auf Französisch

Abstract:

Der Artikel analysiert die Entwicklung und Bedeutung internationaler Mobilitätsprogramme zwischen Frankreich, Deutschland und Spanien. Im Mittelpunkt stehen akademische und kulturelle Austauschprogramme wie Erasmus+, Picasso Mob, Estrellas del Sur sowie Sprachassistenzenprogramme im Ausland. Die Studie zeigt, dass diese Initiativen die sprachlichen, interkulturellen und beruflichen Kompetenzen der Teilnehmenden stärken und zugleich die europäische Zusammenarbeit fördern. Darüber hinaus werden verschiedene Stipendien und finanzielle Unterstützungen vorgestellt, die internationale Mobilität zugänglicher machen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Rolle des Deutsch-Französisches Jugendwerk als zentralem Akteur der deutsch-französischen und europäischen Jugendkooperation. Der Artikel betont außerdem die Bedeutung trilateraler Projekte mit Spanien zur Förderung von Mehrsprachigkeit, kultureller Vielfalt und europäischer Bürgerschaft. Abschließend wird hervorgehoben, dass internationale Mobilität nicht nur akademische Vorteile bietet, sondern auch zur persönlichen Entwicklung und zum interkulturellen Dialog beiträgt.

Introduction:

Bien que la mobilité académique entre pays européens existe depuis des siècles, elle est longtemps restée réservée à une élite intellectuelle et sociale. Ce n'est que récemment qu'elle s'est démocratisée et est devenue accessible à un plus grand nombre d'étudiants. Dans le contexte franco-allemand, cette dynamique a été particulièrement renforcée à partir de la signature du traité de l'Élysée en 1963, qui a marqué une étape essentielle dans la coopération bilatérale entre les deux pays. Depuis lors, la promotion de la langue du partenaire ainsi que les

échanges et programmes de mobilité occupent une place centrale dans les relations franco-allemandes. Cet engagement a été réaffirmé à plusieurs reprises, notamment dans le traité d'Aix-la-Chapelle signé en 2019, puis à travers les stratégies adoptées en 2022 pour encourager l'apprentissage du français en Allemagne et de l'allemand en France.

La raison d'initier des projets d'une telle ampleur n'est autre que de soutenir la coopération entre les pays, entre leurs citoyens et leurs cultures, afin de favoriser des relations harmonieuses et bénéfiques pour toutes les parties. En somme, chacun en tire profit.

En effet, participer à des programmes de mobilité internationale présente de nombreux avantages sur les plans académique, professionnel et personnel. Dans ce cas précis, nous l'observons chez les étudiants. Selon la Commission européenne ainsi que les rapports officiels d'Erasmus+, ce type d'expérience favorise notamment l'acquisition de compétences transversales particulièrement valorisées sur le marché du travail, telles que la capacité d'adaptation, la résolution de problèmes, le travail en équipe ou encore la communication interculturelle. De plus, plusieurs études de l'Erasmus Impact Study soulignent que les étudiants ayant effectué une mobilité internationale améliorent considérablement leurs compétences linguistiques et augmentent leurs opportunités d'employabilité dans des contextes internationaux. L'UNESCO met également en avant le fait que la mobilité académique contribue à l'internationalisation de l'enseignement supérieur ainsi qu'à l'échange mondial des connaissances entre établissements et étudiants. Par ailleurs, la mobilité internationale exerce un impact profond sur le développement personnel des étudiants. Selon des données publiées par la Commission européenne, la majorité d'entre eux affirme avoir amélioré sa compréhension interculturelle ainsi que sa confiance en soi à la suite de cette expérience. Toutefois, afin de conserver une approche rigoureuse et objective, il convient de souligner que certaines études menées par des organismes tels que l'UNESCO mettent également en garde contre plusieurs défis associés à ces expériences, notamment les barrières économiques, le choc culturel ou encore les inégalités d'accès entre les étudiants.

C'est pourquoi, en plus de présenter différents programmes de mobilité existants, dans la suite de cet article nous évoquerons également certaines bourses et aides financières qui rendent ce type d'expérience encore plus accessible aux étudiants français, allemands et espagnols.

Programmes de mobilité:

- Erasmus + :



Le programme Erasmus+ a été créé par l'Union européenne en 1987 afin de renforcer la coopération entre les universités et les établissements d'enseignement supérieur en Europe. Son objectif principal était de développer un système organisé d'échanges internationaux pour les étudiants. Le nom du programme fait référence à Érasme de Rotterdam, un intellectuel qui voyageait dans toute l'Europe pour enseigner et étudier dans différentes universités. Le mot « Erasmus » est également l'acronyme de European Community Action Scheme for Mobility of University Students.

Le programme s'articule autour de trois actions principales : la mobilité des individus à des fins d'apprentissage, la coopération entre organisations et institutions, ainsi que le soutien au développement des politiques éducatives. Pour la période 2021-2027, Erasmus+ repose sur quatre priorités horizontales. La première est l'inclusion et la diversité. Le programme cherche à garantir l'égalité des chances et à faciliter la participation des personnes ayant moins d'opportunités, comme les personnes en situation de handicap ou issues de milieux défavorisés. Les projets doivent donc favoriser des environnements d'apprentissage accessibles et inclusifs.

La deuxième priorité concerne la protection de l'environnement et la lutte contre le changement climatique. Erasmus+ soutient des projets qui sensibilisent au développement durable, encouragent des modes de vie plus respectueux de l'environnement et développent les compétences nécessaires pour agir face aux défis écologiques.

La troisième priorité est la transformation numérique. Le programme encourage l'utilisation des outils digitaux dans l'apprentissage et l'enseignement, soutient l'éducation en ligne et aide les participants à développer leurs compétences numériques afin de réduire les inégalités technologiques.

Enfin, Erasmus+ promeut la participation à la vie démocratique et l'engagement citoyen. Les projets doivent encourager les jeunes à exprimer leurs opinions, à participer aux décisions et à mieux comprendre les valeurs communes de l'Union européenne. Grâce à l'éducation formelle et non formelle, le programme contribue aussi au développement de l'esprit critique, des compétences civiques et du dialogue interculturel.

Il faut aussi commenter que l'inclusion est l'une des priorités du programme Erasmus+ 2021-2027. Le programme vise à faciliter la participation des personnes rencontrant des obstacles liés à un handicap, à un problème de santé ou à d'autres difficultés sociales ou économiques.

Les participants ayant des besoins spécifiques peuvent bénéficier d'un soutien financier supplémentaire pour couvrir les coûts liés à leur mobilité, tels que l'accompagnement, les transports adaptés, le logement accessible ou d'autres aménagements nécessaires. Dans certains cas, Erasmus+ peut financer jusqu'à 100 % des dépenses justifiées.

Ces mesures ont pour objectif de garantir l'égalité des chances et de permettre à tous les participants de prendre part aux activités de mobilité dans les meilleures conditions possibles.

- Picasso Mob :



Illustration 2: Plurilingüismo Almería, © 2026

Picasso Mob est un programme destiné à promouvoir la mobilité individuelle des élèves français et espagnols. Il s'inscrit dans le cadre de la coopération entre la Junta de Andalucía et plusieurs académies françaises, notamment celles de l'Académie de Strasbourg, l'Académie de Lyon ou encore l'Académie de Nice.

Ce programme a pour objectif d'améliorer la maîtrise de la langue française, de développer des valeurs de coopération et de favoriser la découverte de la culture du pays partenaire. Les établissements andalous participant au programme doivent proposer un enseignement bilingue ou plurilingue en français. Les élèves concernés sont inscrits en première année du baccalauréat espagnol et ont déjà étudié le français auparavant.

Le fonctionnement de l'échange repose sur l'accueil réciproque : les familles andalouses reçoivent un élève français, puis les familles françaises accueillent à leur tour un élève andalou. Cette expérience permet aux jeunes de développer leurs compétences linguistiques et de vivre une immersion culturelle enrichissante.

- Assistants de langue (allemand/français/espagnol) à l'étranger :



Illustration 3: © WEP 2025

Le programme des assistants de langue à l'étranger constitue l'un des exemples les plus anciens et les plus solides de coopération éducative et culturelle en Europe. Son origine remonte à 1905, lorsque furent organisés les premiers échanges d'assistants entre l'Allemagne (alors la Prusse), la France et le Royaume-Uni. Plus d'un siècle plus tard, ce dispositif continue de favoriser la mobilité internationale, l'apprentissage des langues et le rapprochement interculturel entre les pays européens.

Aujourd'hui, ces programmes sont soutenus par différentes institutions éducatives nationales et internationales. En France, la gestion est assurée par France Éducation international, organisme dépendant du ministère de l'Éducation nationale. En Espagne, le programme des auxiliaires de conversation est coordonné par le Ministère de l'Éducation, de la Formation professionnelle et des Sports à travers l'Action éducative extérieure. En Allemagne, le programme est géré par le Pädagogischer Austauschdienst (PAD), service d'échanges pédagogiques relevant de la Conférence permanente des ministres de l'Éducation et de la Culture des Länder allemands.

Ces programmes sont adressés principalement aux étudiants universitaires et aux jeunes diplômés intéressés par l'enseignement des langues, l'éducation et les échanges interculturels. Les assistants sont assignés à des établissements scolaires (notamment enseignement primaire et secondaire) où ils collaborent avec les enseignants dans des activités d'expression orale, de communication et de diffusion culturelle.

Ainsi, cette expérience offre de nombreux bénéfices tant sur le plan académique que personnel. D'une part, elle permet d'améliorer la maîtrise de la langue du pays d'accueil et d'acquérir une expérience professionnelle internationale. D'autre part, elle favorise en même temps la découverte d'autres cultures, le développement des compétences interculturelles ainsi qu'une plus grande autonomie personnelle. En outre, ces programmes contribuent à la diffusion de la langue et de la culture d'origine des participants au sein des systèmes éducatifs étrangers.

De manière générale, les conditions de candidature incluent la nationalité d'un pays partenaire, des études universitaires en cours ou achevées, une maîtrise suffisante de la langue du pays d'accueil et, dans certains cas, une expérience ou un intérêt pour le domaine éducatif.

- Bourses en Espagne, France et Allemagne :

L'Espagne propose également différentes aides destinées aux étudiants et enseignants souhaitant effectuer une mobilité internationale. Le Ministère espagnol de l'Éducation, de la Formation professionnelle et des Sports publie régulièrement des bourses et programmes de mobilité pour les citoyens espagnols désirant étudier, enseigner ou réaliser des stages à l'étranger.

En France, les étudiants internationaux peuvent bénéficier de plusieurs dispositifs d'aide financière regroupés et présentés par Campus France. Ces bourses concernent aussi bien les études universitaires que les projets de recherche, les échanges académiques ou certaines mobilités culturelles.

Par ailleurs, les Bourses Avenir constituent un exemple particulièrement intéressant de coopération franco-allemande et franco-espagnole. Destinées principalement aux étudiants français souhaitant poursuivre des études ou effectuer un stage en Allemagne, et dans certains cas ouvertes à des projets impliquant d'autres partenaires européens, elles encouragent la mobilité académique et professionnelle des jeunes Européens.

D'autres dispositifs méritent également d'être mentionnés. Le Corps européen de solidarité propose des financements pour des missions de volontariat et des projets solidaires à travers l'Europe. En outre, dans un plan plus général, plusieurs régions, universités et collectivités territoriales offrent également des aides complémentaires afin de soutenir la mobilité internationale des étudiants et des jeunes diplômés. Enfin, l'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ/DFJW) finance de nombreux échanges scolaires, universitaires et associatifs entre la France et l'Allemagne, y compris des projets trilatéraux impliquant l'Espagne. Nous approfondirons cette organisation dans le prochain point.

· L'OFAJ/DFJW :



Illustration 4: Affiche de l'Office franco-allemand pour la Jeunesse, © EAO.

L'Office franco-allemand pour la Jeunesse (OFAJ) ou das Deutsch-Französische Jugendwerk (DFJW), créé en 1963 à la suite du traité de l'Élysée signé par Charles de Gaulle et Konrad Adenauer, constitue aujourd'hui l'un des principaux acteurs de la coopération éducative et culturelle entre la France et l'Allemagne. Depuis sa création, l'organisme a permis à plus de dix millions de jeunes de participer à près de 400 000 programmes d'échanges, de mobilité et de formation interculturelle.

L'objectif principal de l'OFAJ est de renforcer les liens entre les jeunesses française et allemande à travers des projets favorisant le dialogue interculturel, l'apprentissage des langues, l'engagement citoyen et la construction d'une conscience européenne commune. Au fil des années, l'action de l'OFAJ s'est progressivement ouverte à une dimension plus européenne et internationale. Dans cette perspective, l'organisme développe aujourd'hui de nombreux projets trilatéraux associant la France, l'Allemagne et un troisième pays européen ou méditerranéen. L'Espagne occupe à cet égard une place importante dans plusieurs programmes destinés à encourager la mobilité, le plurilinguisme et les échanges interculturels entre jeunes Européens.

Les rencontres trilatérales soutenues par l'OFAJ permettent notamment à des jeunes Français, Allemands et Espagnols de travailler ensemble autour de thématiques telles que la démocratie, la citoyenneté européenne (Re-Bridge), l'écologie, les droits humains, l'art ou encore l'apprentissage interculturel. Ces projets peuvent être organisés dans un cadre scolaire, universitaire, associatif ou professionnel et reposent sur un principe de réciprocité entre les différents pays partenaires.

À travers ces programmes trilatéraux, l'OFAJ illustre ainsi l'évolution du couple franco-allemand vers une coopération européenne plus large, dans laquelle l'Espagne apparaît comme un partenaire privilégié pour promouvoir la mobilité des jeunes, la diversité culturelle et le dialogue interculturel au sein de l'Europe.

- Entretien à l'OFAJ :

Entretien franco-allemand et ouverture trilatérale : entretien avec Emmeline Charenton - - coordinatrice du Bureau du Secrétariat Général.

1. Comment s'organisent les projets bi- et multilatéraux de l'OFAJ, et quelle place y occupe l'Espagne ?

Outre un plafond de 15% du budget d'intervention consacré aux échanges trilatéraux et, dans certains cas, multilatéraux, ces activités sont également financées par des fonds spéciaux des ministères des Affaires étrangères français et allemand. Ces fonds ciblent trois régions prioritaires : l'Europe centrale et orientale (PECO), l'Europe du Sud-Est (PESE) et le Maghreb.

Dans ce cadre, l'OFAJ ne dispose pas de stratégie spécifique dédiée à l'Espagne. Celle-ci participe néanmoins à des projets tri- et multilatéraux, avec environ 15 à 20 projets par an impliquant un partenaire espagnol, comme le programme « Cultures d'avenir », qui réunit de jeunes artistes autour de l'engagement sociétal à travers des pratiques collaboratives.

L'apprentissage de la langue du partenaire constitue une priorité pour l'OFAJ, en coopération étroite avec les ministères de l'Éducation et les acteurs éducatifs. [...] Dans les formats trilatéraux, le principe de réciprocité et l'animation linguistique restent centraux, même si l'anglais est souvent utilisé pour des raisons organisationnelles.

Enfin, la mission principale de l'OFAJ demeure le franco-allemand, tel que défini par son accord fondateur (l'accord sur l'OFAJ). D'autres acteurs, comme Erasmus+, soutiennent les échanges avec l'Espagne, bien que l'OFAJ reste ouvert à financer des projets impliquant de jeunes professionnels.

2. Alors que des études montrent une méfiance croissante envers les institutions, comment l'OFAJ compte-t-il s'adresser aux jeunes attirés par les extrêmes politiques sans paraître déconnecté ou excessivement institutionnel ?

Le travail de jeunesse franco-allemand relève intrinsèquement de l'éducation citoyenne. Dans un contexte marqué par la montée de l'extrême droite, la baisse de la participation électorale des jeunes, l'influence des réseaux sociaux, les enjeux climatiques et la guerre en Ukraine, les porteurs de projets font face à de nouveaux défis pédagogiques.

Pour y répondre, l'OFAJ cherche à renforcer le dialogue avec ses partenaires afin de consolider durablement l'éducation citoyenne dans les échanges. [...] Cette démarche passe notamment

par des coopérations avec des institutions déjà bien ancrées aux niveaux national, régional et local, comme la Bundeszentrale für politische Bildung (bpb).

L'éducation à la citoyenneté est intégrée depuis plusieurs années dans le plan d'orientation triennal de l'OFAJ. En collaboration avec la bpb, l'Office organise des forums d'experts et développe des ressources pédagogiques à destination des acteurs de jeunesse.

Aux alentours de divers élections (présidentielles, du Bundestag, européennes) l'OFAJ organise régulièrement des forums de discussion pour donner la possibilité aux jeunes de partager leur point de vue avec des candidates et candidats et d'ainsi promouvoir la participation active.

Literaturverzeichnis / Bibliographie

Campus France (s.f.) Becas para estudiantes extranjeros.

Comisión Europea (s.f.) Acción Clave 1: Movilidad para el Aprendizaje de las Personas. Erasmus+.

Comisión Europea (s.f.) Características importantes del Programa Erasmus+. Erasmus+.

Comisión Europea (s.f.) Movilidad y cooperación en educación superior. Área Europea de Educación.

Comisión Europea (s.f.) The Erasmus Impact Study: Effects of mobility on the skills and employability of students and the internationalisation of higher education institutions. Erasmus+.

Estrellas del Sur (s.f.) Voluntariado europeo y proyectos Erasmus+ para jóvenes.

France Education International (s.f.) Devenir assistant de langue française à l'étranger.

Junta de Andalucía (s.f.) Programa Picasso: Movilidad de centros. Programas Educativos Internacionales.

Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse (2024) Circulaire MENC2335196N. Bulletin Officiel de l'Éducation Nationale, n.º 3.

Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes de España (s.f.) Auxiliares de conversación españoles en el extranjero.

Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères (s.f.) L'OFAJ, compréhension, échanges et initiatives citoyennes. France Diplomatie.

Office Franco-Allemand pour la Jeunesse / Deutsch-Französisches Jugendwerk (OFAJ/DFJW) (s.f.) Bourse : Stage pendant les études ou la formation.

Office Franco-Allemand pour la Jeunesse / Deutsch-Französisches Jugendwerk (OFAJ/DFJW) (s.f.) FAQ programmes trilatéraux.

Office Franco-Allemand pour la Jeunesse / Deutsch-Französisches Jugendwerk (OFAJ/DFJW) (s.f.) Notre institution.

Pädagogischer Austauschdienst (PAD) (s.f.) Austausch bildet.

UNESCO (s.f.) Erasmus+: the European Union Programme for education and training, youth and sport. SDG4-Education 2030.

UNESCO-IESALC (s.f.) Nuevas perspectivas sobre los objetivos de los países para promover la movilidad internacional de los estudiantes.

UNESCO (2019) Mobility of students and professionals. GEM Report 2019: Migration, Displacement and Education.

Celia Palomares, Irene Pérez, Ángela María Rueda

Entre lenguas y culturas : cómo acercar Europa

El papel de la traducción, la educación y la cultura en la construcción de una Europa intercultural

Abstract : Englisch, Texte auf Französisch, Deutsch und Spanisch

Zusammenfassung

In today's Europe, cultural and linguistic diversity represents both a challenge and an opportunity. This article analyses how cultural mediators help bring European societies closer together, especially between Spain, France and Germany. Translators facilitate intercultural communication by adapting meanings and cultural references between languages. Language teachers also play an important role because learning a language means discovering another culture and way of thinking. International experiences such as Erasmus programmes strengthen this intercultural openness.

The article also examines the role of institutions such as the Instituto Cervantes, the Goethe-Institut and the Alliance Française, which promote languages and cultures through educational and artistic activities. In addition, music and digital language-learning applications such as Duolingo and Lingoda encourage communication and cultural exchange among young Europeans.

Finally, the article argues that cultural diversity should not be considered a barrier, but rather a shared richness that contributes to a more united, open and tolerant Europe.

Introducción

En Europa, en estas últimas décadas, aprender y comprender otras culturas se ha convertido en una necesidad. La globalización y la movilidad estudiantil y profesional han convertido la sociedad en un espacio de personas conectadas a través de la comunicación y las tradiciones. Sin embargo, esta diversidad cultural también supone ciertos retos, ya que comprender otra cultura no implica únicamente conocer una lengua, sino también entender sus valores, referencias históricas, costumbres y formas de pensar.

Es por ello que la existencia de mediadores culturales resulta fundamental. Profesionales e instituciones como los traductores, los profesores de idiomas, las instituciones culturales o incluso la industria musical juegan un papel esencial a la hora de facilitar el intercambio entre sociedades diferentes. Gracias a ellos, es posible acceder a obras literarias extranjeras, descubrir

nuevas perspectivas culturales, aprender otras lenguas o integrarse más fácilmente en contextos internacionales. Sin estos mediadores, gran parte de las tradiciones, ideas o producciones culturales quedarían limitadas a una sola lengua y, por tanto, serían menos accesibles para otras comunidades.

Por tanto, este artículo se centrará en presentar y explicar el papel que tienen distintos mediadores culturales en diversos ámbitos sociales, destacando cómo su trabajo contribuye a acercar las culturas francesa, alemana y española y a construir una comunicación más abierta dentro del espacio europeo.

Traducción

Entre los distintos mediadores culturales, los traductores desempeñan un papel muy importante, ya que permiten conectar a personas de diferentes contextos lingüísticos y culturales. Su trabajo no consiste únicamente en trasladar palabras de una lengua a otra, sino también en interpretar significados, adaptar referencias culturales y transmitir la intención original del mensaje para que pueda ser comprendido dentro de otro contexto social. De este modo, la traducción facilita el acceso a obras literarias, películas, series, música, información o conocimientos producidos en otros países, dando lugar a una mayor comprensión entre culturas diferentes (CBLingua, s.f.; Investigación CRI, s.f.).

Actualmente, el desarrollo de la inteligencia artificial ha transformado profundamente el ámbito de la traducción. Herramientas como DeepL o ChatGPT permiten traducir textos de forma rápida y accesible, lo que hace que, en muchas situaciones cotidianas, ya no sea necesario recurrir a un traductor profesional para comprender el contenido general de un mensaje. Sin embargo, estas tecnologías presentan limitaciones cuando se trata de interpretar matices culturales, dobles sentidos, referencias históricas o elementos propios de cada sociedad (Consenso Global, 2025).

Por ello, en una sociedad cada vez más globalizada, donde los intercambios internacionales son muy frecuentes, la labor de los traductores sigue siendo esencial. Más allá de reducir barreras lingüísticas, los traductores contribuyen a transmitir valores, tradiciones y formas de pensamiento que la inteligencia artificial no siempre es capaz de captar con precisión. Por esta razón, no deben considerarse únicamente intermediarios lingüísticos, sino también mediadores culturales capaces de construir puentes entre sociedades y contribuir a una comunicación más inclusiva, abierta y multicultural (Investigación CRI, s.f.)

Apprendre la langue = découvrir la culture

L'apprentissage d'une langue va bien au-delà de la mémorisation du vocabulaire ou de la conjugaison des verbes. Chaque langue porte en elle une façon de penser, de se relier et de voir le monde. L'allemand, par exemple, a des mots qui n'existent pas en espagnol parce qu'ils reflètent des concepts que seule cette culture a eu besoin de nommer. Le français a une cadence et une logique qui lui sont propres. Apprendre une langue, c'est en fin de compte apprendre à se mettre dans la peau d'un autre, d'une autre société.

C'est pourquoi les professeurs de langues ont un rôle qui va au-delà du domaine purement linguistique. Ils n'enseignent pas seulement la grammaire ou la prononciation, mais ouvrent des fenêtres sur d'autres cultures, traditions et modes de vie. Un bon professeur d'anglais ne vous apprend pas seulement à parler anglais, il vous rapproche de la façon dont les Britanniques, les Américains ou les Australiens pensent.

Erasmus et expériences internationales

L'un des meilleurs outils pour un professeur de langue est d'avoir vécu dans le pays de la langue qu'il enseigne. L'expérience internationale, comme un Erasmus, marque un avant et un après : ce n'est pas la même chose d'expliquer comment fonctionne l'allemand à partir d'un livre que de le vivre à Hambourg ou à Berlin. Cette authenticité se voit dans la salle de classe et contamine les élèves.

En outre, dans de nombreux pays européens, il est considéré comme presque impératif que les futurs professeurs de langue passent une période à l'étranger pendant leur formation, précisément parce que cette immersion culturelle et linguistique ne peut pas être reproduite dans une salle de classe. Grâce à cette opportunité, les enseignants sont en mesure de transmettre leurs connaissances linguistiques mais surtout sociales et culturelles à leurs élèves.

Les institutions culturelles comme des ponts entre pays

Quand on pense à la façon dont se rapprochent les cultures française, allemande et espagnole, trois institutions se distinguent par-dessus tout : l'Institut Cervantes, le Goethe-Institut et l'Alliance française. Les trois partagent le même objectif : projeter leur langue et leur culture au-delà de leurs frontières, mais chacune avec son propre style et sa propre spécificités.

La fonction de ces institutions la plus connue sont les cours de langues. Ces cours sont accessibles à tous les niveaux, mais ne sont pas de simples académies de langues. Ces institutions organisent des expositions, des cycles de cinéma, des concerts, des conférences et des festivals qui portent la culture vivante de chaque pays directement à la citoyenneté d'autres. Lire un livre sur la culture allemande n'est pas la même chose qu'assister à un événement du Goethe-Institut où vous pouvez la vivre en personne.

Tout cela correspond parfaitement à la vision que l'Union européenne elle-même a de la culture. L'UE œuvre activement à la préservation et à la promotion du patrimoine culturel commun de l'Europe, en soutenant les arts et les industries créatives par le biais de programmes tels que Creative Europe. En outre, chaque année, des Capitales européennes de la culture sont élues, ce qui stimule l'économie locale et donne une visibilité à la richesse culturelle de chaque territoire. Dans ce cadre européen, des institutions comme le Cervantes, le Goethe ou l'Alliance française n'agissent pas isolément, mais comme des pièces d'un projet collectif plus large : construire une Europe où la diversité culturelle ne soit pas une barrière, mais précisément ce qui nous unit.

Wie Musik und Sprachlern-Apps Brücken zwischen Spanien, Deutschland und Frankreich bauen

Musik ist eines der grundlegendsten und universellsten kulturellen Elemente, die es gibt. Ihre Fähigkeit, Grenzen, Sprachen und Kulturen zu überschreiten, macht sie zu einem einzigartigen Kommunikationsmittel, das Menschen auf der ganzen Welt miteinander verbinden kann. Musik hat niemals kulturelle Grenzen gekannt, da sie von allen Menschen verstanden und genossen werden kann, unabhängig von Herkunft oder Sprache. Sie bietet ein gemeinsames Kommunikationsmittel und ermöglicht die Schaffung eines authentischen interkulturellen Dialogs.

In Europa sind viele spanische Künstler und Künstlerinnen/Musiker:innen in Frankreich und Deutschland erfolgreich, während auch französische und deutsche Musiker in Spanien gehört werden. Digitale Plattformen wie Spotify oder YouTube ermöglichen es, dass Lieder aus verschiedenen Ländern Millionen von Menschen erreichen. Dies erhöht das Interesse an anderen Sprachen und Kulturen.

Die kulturelle Bedeutung der Musik wird auch von internationalen Institutionen anerkannt. Die UNESCO schützt verschiedene musikalische Traditionen, weil sie Musik als Teil des kulturellen Erbes betrachtet und zur Bewahrung kultureller Vielfalt beiträgt. Laut aktuellen wissenschaftlichen Studien hilft Musik außerdem dabei, andere Kulturen besser zu verstehen und fördert eine offeneren und vielfältigere Sicht auf die europäische Gesellschaft. Sprachlern-Apps schaffen ebenfalls Brücken zwischen Spanien, Deutschland und Frankreich, da sie es Menschen aus verschiedenen Ländern ermöglichen, gemeinsam zu sprechen und zu lernen.

Eine der bekanntesten Plattformen ist Duolingo, eine App, in der Millionen von Nutzern Sprachen mit Übungen und Videokonferenzen trainieren. Die Anwendung ermöglicht das Lernen von über 300 Sprachen, darunter Spanisch, Deutsch und Französisch. Lingoda, eine Online-Sprachschule mit Live-Unterricht, bietet Spanisch-, Deutsch-, Französisch-, Englisch- und Italienischkurse mit muttersprachlichen Lehrkräften an, die sich an den europäischen GER-Niveaus (CEFR) orientieren. Diese Plattform ermöglicht das Lernen dieser Sprachen, organisiert Kurse mit Studierenden aus vielen Ländern, fördert den europäischen kulturellen Austausch und hilft dabei, Sprachen mit echten Menschen zu üben. Diese Anwendungen sind besonders hilfreich für junge Europäer, da sie das Lernen praktischer und menschlicher machen. Statt nur Grammatik zu lernen, können Nutzer direkt mit echten Menschen sprechen und deren Kultur besser kennenlernen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Sprachen und Kulturen eine grundlegende Rolle beim Aufbau eines offeneren, geeinten und solidarischen Europas spielen. Eine andere Kultur

zu verstehen bedeutet nicht nur, eine Sprache zu lernen, sondern auch neue Denk-, Lebens- und Kommunikationsweisen zu entdecken. In diesem Zusammenhang tragen kulturelle Vermittler wie Übersetzer, Sprachlehrer, kulturelle Institutionen, Musik oder digitale Anwendungen dazu bei, die europäischen Gesellschaften einander näherzubringen und den interkulturellen Dialog zu fördern.

Conclusión

En conclusión, las lenguas y las culturas desempeñan un papel fundamental en la construcción de una Europa más abierta, unida y solidaria. Comprender otra cultura no significa únicamente aprender un idioma, sino también descubrir nuevas formas de pensar, vivir y comunicarse. En este contexto, los mediadores culturales como los traductores, los profesores de idiomas, las instituciones culturales, la música o las aplicaciones digitales contribuyen a acercar las sociedades europeas y a favorecer el diálogo intercultural (CBLingua, s.f.). Gracias a estos

intercambios, los ciudadanos europeos pueden superar barreras lingüísticas y culturales, desarrollar una mayor tolerancia y comprender mejor la diversidad que caracteriza al continente. Así, la diversidad cultural no debe verse como un obstáculo, sino como una riqueza común que fortalece la identidad europea. Construir una Europa más unida pasa, por tanto, por la comunicación, la curiosidad y el respeto mutuo entre los pueblos.

Literaturverzeichnis / Bibliographie

Übersetzung:

Investigación CRI (s.f.) *El rol del traductor como puente entre culturas: una profesión subestimada en un mundo globalizado*. Disponible sur:

<https://investigacion-cri.medium.com/el-rol-del-traductor-como-puente-entre-culturas-una-profesi%C3%B3n-subestimada-en-un-mundo-globalizado-6e916cd24630>

CBLingua (s.f.) *La traducción: un puente entre culturas*. Disponible sur:

<https://cblingua.com/la-traduccion-un-puente-entre-culturas/>

Lehrer und Institutionen:

Unión Europea (s.f.) *Culture*. Disponible sur:

https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/culture_es

Consenso Global (2025). *Inteligencia artificial y traducción: ¿sustitución o complemento?*

Disponible sur:

<https://www.consenso-global.com/es/inteligencia-artificial-y-traduccion-sustitucion-o-complemento/>

Musik:

La música como puente entre culturas: un diálogo sin fronteras

Lingoda (s.f.) *Live Online Language Classes with Certified Teachers*. Disponible sur:

<https://www.lingoda.com>

Blanca Rico Galán

Coopération universitaire franco-allemande dans le cadre de l'Europe – une interview avec Véronique Charléty de l'Ambassade de la France

Text auf Französisch

Dans le cadre du séminaire « Politique culturelle européenne et échanges culturels franco-germano-espagnols » de l'Europa-Universität Flensburg, nous avons eu l'occasion de rencontrer Véronique Charléty, responsable du bureau de coopération universitaire à l'Ambassade de France à Berlin. Cette rencontre nous a permis d'aborder les enjeux actuels de la coopération universitaire franco-allemande, le rôle des universités dans la construction européenne ainsi que les défis auxquels l'enseignement supérieur est confronté aujourd'hui.

Encadré Biographique

Véronique Charléty est historienne et politiste de formation. Titulaire d'un doctorat en science politique, elle a enseigné pendant de nombreuses années dans l'enseignement supérieur avant de se spécialiser dans la coopération internationale. Elle a notamment travaillé à l'École nationale d'administration (ENA) ainsi qu'à l'Université Paris-Dauphine. Depuis septembre 2024, elle est responsable du Bureau de coopération universitaire à l'Ambassade de France en Allemagne.



Illustration 1: Véronique Charléty lors de la rencontre avec les étudiants de l'Europa-Universität Flensburg, © Aryna Voznenko

Entretien

Question : Pouvez-vous nous présenter votre parcours académique et professionnel? *Véronique*

Charléty : J'ai commencé mon parcours académique par une formation en histoire avant de poursuivre un doctorat en science politique. Mes recherches portaient notamment sur les usages politiques de l'histoire, la mémoire collective et les musées. J'ai ensuite enseigné les sciences politiques pendant de nombreuses années avant de me tourner progressivement vers la coopération internationale et les affaires européennes.

Question : Comment êtes-vous arrivée dans le domaine de la diplomatie et de la coopération universitaire ?

Véronique Charléty : Cela s'est fait progressivement. J'ai toujours eu un intérêt particulier pour l'Allemagne et pour les questions européennes. Mes compétences linguistiques et mon expérience dans la coopération internationale m'ont amenée à travailler sur de nombreux projets européens. Rejoindre l'Ambassade de France à Berlin a été une opportunité qui s'est présentée à un moment important de mon parcours.

Question : Quel est aujourd'hui le rôle du bureau de la coopération universitaire ?

Véronique Charléty : Notre mission principale consiste à renforcer les partenariats entre les établissements d'enseignement supérieur français et allemands. Nous soutenons la mobilité étudiante et scientifique, les projets de coopération entre universités ainsi que les initiatives liées aux libertés académiques et aux valeurs démocratiques.

Question : Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

Véronique Charléty : Cette année, nous avons développé une programmation autour des thèmes de la liberté, de l'exil et de la démocratie. Parmi les projets importants figure l'exposition « Standing for Freedom », consacrée aux chercheurs en exil et à la défense des libertés académiques. Nous soutenons également la Berlin Academic Freedom Week ainsi que plusieurs projets éducatifs et scientifiques liés à la mémoire européenne.

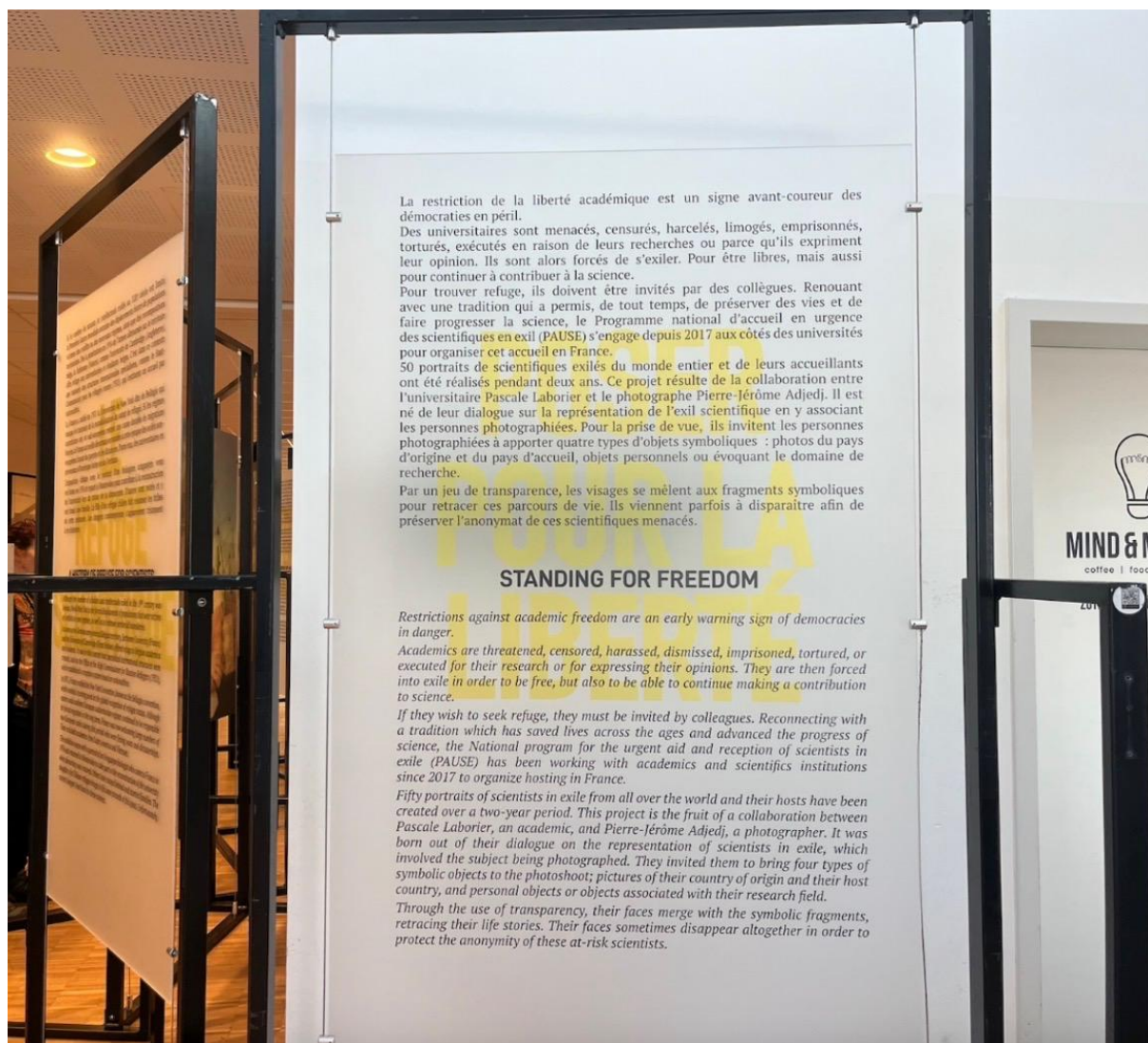


Illustration 2 : Présentation de l'exposition « Standing for Freedom », © Blanca Rico

Galán

Question : Pourquoi les libertés académiques occupent-elles une place si importante dans votre travail ?

Véronique Charléty : Parce que les universités jouent aujourd'hui un rôle essentiel dans nos démocraties. Elles sont des lieux de recherche, de débat et de transmission du savoir.

« Les universités sont aujourd'hui des garantes du fonctionnement démocratique. »

Question : La coopération franco-allemande peut-elle servir de modèle à d'autres coopérations européennes ?

Véronique Charléty : La relation franco-allemande est particulière parce qu'elle s'est construite dans un contexte historique spécifique. Je ne pense pas qu'elle puisse être reproduite exactement ailleurs. En revanche, elle montre l'importance du dialogue, de la coopération à long terme et de la confiance entre partenaires.

Question : Quels sont aujourd'hui les principaux défis de la coopération universitaire européenne ?

Véronique Charléty : Le premier défi est certainement la préservation du multilinguisme. Il faut également soutenir les sciences humaines et sociales, qui sont parfois moins valorisées que les disciplines technologiques. Enfin, les universités européennes doivent renforcer leur attractivité internationale et développer davantage de projets communs.

« Les défis sont trop grands pour être traités uniquement à l'échelle franco-allemande ; il faut vraiment changer d'échelle. »

Question : Quel avenir voyez-vous pour les universités européennes ?

Véronique Charléty : Les alliances universitaires européennes vont probablement jouer un rôle de plus en plus important. Elles permettent de créer des formations communes, de renforcer la mobilité des étudiants et de construire progressivement un véritable espace européen de l'enseignement supérieur.

Question : Quels conseils donneriez-vous aux étudiants qui souhaitent travailler dans la coopération internationale ou la diplomatie ?

Véronique Charléty : Je leur conseillerais d'être curieux, de voyager, d'apprendre des langues étrangères et de réaliser autant de stages que possible. Il est également important de rester ouvert aux opportunités et de ne pas avoir peur de changer de direction lorsque cela est Nécessaire.

« Si une porte se ferme, il y aura toujours une fenêtre à côté. »

Question : Quel rôle jouent les compétences interculturelles dans le monde professionnel actuel ?

Véronique Charléty : Elles sont essentielles. Comprendre d'autres cultures, d'autres façons de travailler et d'autres points de vue constitue aujourd'hui un véritable atout professionnel. Les études transculturelles permettent justement de développer cette capacité d'adaptation.



Illustration 3, 4 & 5: avec les étudiants autour de la coopération universitaire européenne,

© Aryna Voznenko

Analyse et réflexion

Cet entretien met en évidence l'évolution du rôle des universités dans le contexte européen actuel. Au-delà de leur mission d'enseignement et de recherche, elles apparaissent comme des espaces de coopération internationale, de dialogue interculturel et d'innovation. Les propos de Véronique Charléty montrent que les établissements d'enseignement supérieur participent activement à la construction d'un espace européen fondé sur l'échange des connaissances et la circulation des étudiants, des chercheurs et des idées.

L'entretien souligne également l'importance des compétences linguistiques et interculturelles dans un monde de plus en plus connecté. La maîtrise des langues étrangères, l'ouverture à d'autres cultures et la mobilité internationale constituent aujourd'hui des atouts essentiels pour les étudiants qui souhaitent évoluer dans un environnement professionnel international.

Enfin, les défis évoqués, tels que le maintien du multilinguisme, le soutien aux sciences humaines et sociales ou encore le développement des alliances universitaires européennes, montrent que la coopération académique doit continuellement s'adapter aux transformations politiques, technologiques et sociales de notre époque.

Conclusion

La rencontre avec Véronique Charléty a permis de mieux comprendre les mécanismes et les ambitions de la coopération universitaire européenne. Son témoignage illustre la diversité des acteurs impliqués dans ce domaine ainsi que la nécessité de renforcer les collaborations entre les établissements d'enseignement supérieur à l'échelle internationale.

Face aux défis globaux du XXI^e siècle, tels que les transformations numériques, les tensions géopolitiques ou les enjeux environnementaux, les universités sont appelées à travailler davantage en réseau et à développer des réponses communes. Dans cette perspective, les initiatives européennes représentent une opportunité pour former des citoyens capables d'évoluer dans un monde ouvert, complexe et interconnecté.