

Deutsch-Sein – Ein neuer Stolz auf die Nation im Einklang mit dem Herzen

DIE IDENTITÄT DER DEUTSCHEN

**EINE REPRÄSENTATIVE STUDIE IM AUFTRAG
DER IDENTITY FOUNDATION**

IDENTITY ≡ FOUNDATION
Gemeinnützige Stiftung

„O deutsche Seele, wie stolz ist dein Flug.
In deinen nächtlichen Träumen!
Die Götter erbleichen, wenn du nahst!“

HEINRICH HEINE

IDENTITY≡ FOUNDATION
Gemeinnützige Stiftung

STIFTER: Margret und Paul J. Kohtes

VORSTAND: Paul J. Kohtes (Vorsitzender), Dr. Ulrich Freiesleben

BEIRAT: Prof. Dr. Eugen Buß (Vorsitzender), Prof. Qi Yang, Prof. Dr. Rainer Zimmermann

WISSENSCHAFTLICHE LEITUNG: Prof. Dr. Eugen Buß und Michael Klein, Universität Hohenheim, Stuttgart

TEXT UND KONZEPT: Dr. Nadja Rosmann, Hofheim

PROJEKT-MANAGEMENT: Susanne Kilian, Düsseldorf

ADRESSE: Identity Foundation, c/o PLEON GmbH, Bahnstraße 2, 40212 Düsseldorf,

Telefon: +49-211-9541-2135, Fax: +49-211-9541-2380, E-Mail: info@identityfoundation.de

INTERNET: www.identityfoundation.de

Schriftenreihe der Identity Foundation, Band 10, April 2009, ISSN: 1617-6146, ISBN: 978-3-9811932-1-3

Alle Rechte der Vervielfältigung und Wiedergabe © by Identity Foundation

Deutsch-Sein – Ein neuer Stolz auf die Nation im Einklang mit dem Herzen

DIE IDENTITÄT DER DEUTSCHEN

**EINE REPRÄSENTATIVE STUDIE IM AUFTRAG
DER IDENTITY FOUNDATION**

IDENTITY ≡ FOUNDATION
Gemeinnützige Stiftung

INHALT

HINTERGRUND UND ZIEL DER UNTERSUCHUNG	11
Erste Stufe: die tiefenpsychologische Betrachtung	11
Zweite Stufe: die kreative Auseinandersetzung	12
Dritte Stufe: die repräsentative Untersuchung	13
AUFBAU DER UNTERSUCHUNG	13
DEUTSCHE IDENTITÄT IM JAHRE 2009 – EIN BLITZLICHT	14
Wir sind Deutschland und darauf stolz	14
„Typisch deutsch“ – eine Nation ist sich einig	14
Demokratisch und weltoffen	14
Wirtschaft und Soziales als wichtigste Zukunftsthemen	14
DEUTSCH-SEIN IST EINE TIEF VERANKERTE GEWISSHEIT	15
Das Deutsch-Sein entfaltet im Alter die höchste Bindungskraft	15
Identifikatorische Sogwirkung der Nation in der Altersgruppe 60 plus	16
DEUTSCHE IDENTITÄT – EINE BEWUSSTE WAHL, DIE IM EINKLANG MIT DEM HERZEN ERFOLGT	17
Geburt als wichtiger Faktor für Verbundenheit	17
Deutsch-Sein – für 70 Prozent der Deutschen eine Herzensangelegenheit	18
PLURALISMUS ALS ENTSCHEIDENDES STRUKTURMERKMAL DEUTSCHER IDENTITÄT	18
Das deutsche Wesen hat immer noch Bindungskraft	19
Kulturelles Erbe als Brücke zur Geschichte der Nation	19
Pluralistische Identitätsräume prägen die Gegenwartsbezüge der Deutschen	19
Der Sozialstaat verliert an Bindungskraft	20
Erfolge in Politik, Wirtschaft und Sport als wichtige Teile des deutschen Identitätspuzzles	20
Variable Identitätsmuster sind im kollektiven Bewusstsein tief verankert	21
Die Fahne mögen bitte die anderen schwenken	22
VON FEHLENDEN VORBILDERN: DAS ÖFFENTLICHE IDENTITÄTSVAKUUM DEUTSCHER IDENTITÄT	22
Inspirierende Visionen des Deutsch-Seins sind Mangelware	23
Wo Selbstgewissheit fehlt, werden Zuwanderer leicht zur Herausforderung	23
Das deutsche Nationalgefühl hält der Globalisierung stand	24
In der Heimat ist die deutsche Seele zuhause	24
DIE CAFÉHAUS-MORAL DER DEUTSCHEN	25
Starker Wunsch nach Verbundenheit, aber letztlich kämpft jeder für sich	25
Zu offensiver Egoismus wird von den Deutschen abgelehnt	26
DIE DEUTSCHE IDENTITÄT PULSIERT IN DER VIELFALT – EINE ZWISCHENBILANZ	27
Individuell deutsch, aber mit Herz	28
Deutsch-Sein funktioniert auch ohne große Vision	28

DIE GESCHICHTE STREIFT IHRE OHNMACHT AB:

DIE DEUTSCHEN ZWISCHEN VERGANGENHEITSBEWÄLTIGUNG UND NEUANFANG

Nur noch jeder Vierte lehnt ein unbeschwertes Deutsch-Sein ab	28
Nationaler Stolz ist kein Tabu mehr	29
Auch die DDR-Geschichte will bewältigt werden	30
Am Gebot militärischer Neutralität halten die Deutschen fest	30

NATIONALE IDENTITÄT IN OST UND WEST:

DIE „MAUER IN DEN KÖPFEN“ IST KEINE „MAUER IN DEN HERZEN“

Gleiches Nationalgefühl in Ost und West	31
Deutsch-Sein – eine Frage des Herzens und der Tugenden	32
Nationales und kulturelles Selbstbewusstsein und der Umgang mit der deutschen Geschichte	33
Die deutsch-deutsche Kluft in der nationalen Zukunftsvision	34
Der innere Zusammenhalt der Deutschen erodiert	36
Fazit: Die „Mauer in den Köpfen“ ist keine „Mauer in den Herzen“	37
Alle wichtigen Ergebnisse zum Ost-West-Verhältnis im Überblick	38

DAS WURZELN DEUTSCHER IDENTITÄT:

VIER PROTOTYPEN DES GELEBTEN DEUTSCH-SEINS

Identifikation auf einer kognitiven Ebene (Kopfebene)	39
Identifikation auf einer kulturellen Ebene	40
Identifikation auf einer affektiv-emotionalen Ebene (Herzebene)	40
Die Koordinaten deutscher Identität	41
Emotionen sind ein geringer Treuefaktor	43
Der Wunsch nach neuem Selbstbewusstsein und die Verantwortung für die Geschichte	44
Verantwortung für die Weltgemeinschaft	45
Die Folgen der Migration für die deutsche Identität	46
Der Wunsch nach einem stärkeren Wir-Gefühl	46
Party-Patriotismus oder Verpflichtungsethik?	47
Der Untertypus des patriotischen Grund-Deutschen	47
Zusammenfassende Charakterisierung der Typen	49
Distanz-Deutsche (12,7 Prozent der Deutschen)	50
Herz-Deutsche (8,2 Prozent der Deutschen)	50
Kultur-Deutsche (15,7 Prozent der Deutschen)	51
Grund-Deutsche (50,6 Prozent der Deutschen)	51
Patriotische Grund-Deutsche (20,6 Prozent der Deutschen als Untergruppe der Grund-Deutschen)	51

ANHANG: RELEVANTE TEILASPEKTE DEUTSCHER IDENTITÄT	52
Beamte haben das stärkste Nationalgefühl	52
Stärkeres Nationalgefühl „auf dem Land“	53
Je wichtiger die Heimatregion, umso stärker auch das Nationalgefühl	53
Städtische Bevölkerung sieht weniger Probleme durch Zuwanderung	54
Der Wunsch nach dem Wir-Gefühl ist überall groß	54
Distanz zur Nation wächst mit dem Bildungsstand	55
Weniger Nationalstolz bei Höhergebildeten	55
Individualismus nimmt mit dem Bildungsniveau zu	55
Niedrige Qualifikation erhöht Sorgen über die Zuwanderung	56
Die Deutschen mit dem stärksten Nationalgefühl – und die mit dem schwächsten	57
WAS WIR WOLLEN	58
Wissenschaftliche Förderung	58
Stiftungszweck	58
MEISTER ECKHART PREIS	59
SCHRIFTENREIHE DER IDENTITY FOUNDATION	60
Deutschland auf der Suche nach sich selbst	60
Quellen europäischer Identität	60
Meister Eckhart – in seiner Zeit	60
Identität und Neurowissenschaften	60
Glücksdefinitionen und -erfahrungen der Bevölkerung	60
Quellen der Identität II – Ein Soziogramm von Managern und Gründern der New Economy	61
Verleihung des ersten Meister-Eckhart-Preises	61
Quellen der Identität I – Eine Studie zum Selbstverständnis deutscher Top-Manager der Wirtschaft	61
Gesundheitsstudie – Die Deutschen und ihre Einstellungen zu Krankheit und Gesundheit	61
IDENTITY EDITION	62
Band 1: „Menschsein und Mystik“ von Ernst Tugendhat	62
Band 2: „Sehnsucht nach Sinn“ von Brigitta Lentz	62
Band 3: „Der Homo oeconomicus bekommt Konkurrenz“ von Johannes Siegrist	62

HINTERGRUND UND ZIEL DER UNTERSUCHUNG

Was bedeutet Deutsch-Sein heute für die rund 80 Millionen Menschen, die in Deutschland leben? Die Identity Foundation, Düsseldorf, hat die „Identität der Deutschen“ anlässlich des 60. Geburtstages der Bundesrepublik Deutschland zum Schwerpunkt eines multidimensionalen Forschungsprojektes gemacht, das es sich zum Ziel gesetzt hat, die Befindlichkeit der Deutschen in all ihren Facetten, in ihrer ganzen Tiefe, mit ihren Stärken, aber auch Schwächen, ihren euphorischen Momenten und düsteren Episoden, aber nicht zuletzt auch ihrem spezifischen Humor zu beleuchten. Mit einem bisher einzigartigen dreistufigen Forschungssetting ließ die Wissenschaftsstiftung dabei die verschiedenen Dimensionen deutscher Identität aus einer psychologischen Perspektive heraus erforschen, in der kreativen Auseinandersetzung erkunden und schließlich in einer repräsentativen Befragung verifizieren. Diese multidimensionale Herangehensweise offenbart einzigartige Aspekte des Deutsch-Seins, die in dieser Form noch nicht erfasst wurden.

Erste Stufe: die tiefenpsychologische Betrachtung

Identität ist ein sehr persönliches Thema, auch wenn es um die Befindlichkeit einer ganzen Nation geht. Sie erwächst im Inneren und artikuliert sich im Außen – wie zwei Seiten einer Medaille untrennbar miteinander verknüpft. Vorgefertigte Fragestellungen mögen zwar bei den Befragten auf Resonanz stoßen und zu neuen, vielleicht auch unerwarteten Antworten führen, doch vermögen sie es nicht, die dem Untersuchungsgegenstand inhärenten Perspektiven in ihrer Gänze sichtbar zu machen. Aus diesem Grund wurde für eine erste Bestandsaufnahme zur Identität der Deutschen auf den wirkungspsychologischen Ansatz des rheingold-Instituts, Köln, zurückgegriffen. Die Kölner Wissenschaftler legten im übertragenen Sinne 2007 insgesamt 70 Deutsche „auf die Couch“, um in tiefenpsychologischen Interviews herauszufinden, was das Deutsch-Sein in seinem Kern ausmacht. Mit Methoden der morphologischen Markt- und Medienanalyse gingen die Psychologen dem Deutsch-Sein auf den Grund und förderten überraschende Einsichten zutage.

Die wichtigsten Erkenntnisse dieser ersten Erhebungsphase: Das Nationale ist den Deutschen eher fremd, so dass „Deutsch-Sein“ zu einem rein pragmatischen Lebensgefühl wird. Die heimliche Sehnsucht nach einer starken nationalen Identität keimt oft nur als Resultat eines Rechtfertigungsdrucks im Vergleich mit anderen Nationen auf, aber auch infolge einer Angst vor Überfremdung und unter dem Druck der Globalisierung. Ihre Bezüge zu Heimat, Nachbarschaft und Familie sind den Deutschen jedoch viel wichtiger. Dieser Pragmatismus ist Resultat einer archetypisch erlebten Vielfalt der stets eigenständigen deutschen Stämme und macht den Föderalismus zum Grundmuster deutscher Identität. Daraus haben die Deutschen auch ihre einzigartige Fähigkeit zum „Werkeln“ entwickelt, das besondere Talent, „aus allem etwas zu machen“.

WIE STEHT ES UM DIE IDENTITÄT
DER DEUTSCHEN 60 JAHRE NACH
GRÜNDUNG DER BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND?

2007: 70 TIEFENPSYCHOLOGISCHE
INTERVIEWS, DIE VOM RHEINGOLD-
INSTITUT, KÖLN, WIRKUNGSPSYCHO-
LOGISCH ANALYSIERT WURDEN

Im Werkeln und Tüfteln fühlen sich die Deutschen wohl und in technischen Innovationen von Weltrang wird deutsche Identität lebendig. Auf diesem „neutralen Territorium“ können die Deutschen auf ihre Leistungen stolz sein und ihre individuelle Identität in einem größeren Ganzen verorten. Vier alltagstaugliche Muster bilden dabei einen Rahmen, der Gemeinsamkeit schafft: Erfindergeist, Sicherheit, Tradition und Sentimentalität. In diesen Werten findet die Identität der Deutschen Heimat und Ausdruck zugleich.



DEUTSCHE FRAGEN von Camila Drzymalla, Nadine Janke, Julia Kipermann, Eva Pika

2007/2008: „D-SIGN“ – STUDENTINNEN UND STUDENTEN DES FACHBEREICHS DESIGN DER FACHHOCHSCHULE DÜSSELDORF STELLEN DIE DEUTSCHEN SEELENBILDER AUF DEN PRÜFSTAND

Zweite Stufe: die kreative Auseinandersetzung

Die zum Teil verblüffenden Erkenntnisse dieser ersten Erhebungsphase bildeten den Ausgangspunkt für eine nicht minder ungewöhnliche zweite Forschungsetappe. Da die (deutsche) Seele in Bildern spricht, war es naheliegend, die weitere Annäherung in einem verwandten Erfahrungs- und Wahrnehmungsraum zu vertiefen. Unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Rainer Zimmermann und Prof. Wilfried Korfmacher griffen im Wintersemester 2007/2008 und im Sommersemester 2008 Studentinnen und Studenten des Fachbereichs Design der Fachhochschule Düsseldorf die Ergebnisse der rheingold-Studie auf und verdichteten die psychologischen Befunde im Zuge einer künstlerischen Auseinandersetzung im Medium Bild. In einer kreativen Ars combinatoria näherten sich die Designer den deutschen Sinnbildern und Bekenntnissen an und fassten in ihren Arbeiten mit sensiblem Gespür die Befindlichkeit der Nation in selbstbewusste, humorvolle, teils auch nachdenkliche Bilder. Der Bildband „D-Sign“, in dem die Identity Foundation Ende 2008 eine Auswahl dieser Arbeiten veröffentlichte, stellt typisch deutsche Fragen, verleiht deutschen Debatten neue Ausdrucksformen und stellt deutsche Werte auf den Prüfstand – eine neue wissenschaftliche Zugangsform, die selbst bei Bundespräsident Horst Köhler, der das erste Exemplar des Bildbandes erhielt, auf positive Resonanz stieß. Eine Auswahl dieser „D-Sign“-Motive illustriert diese Dokumentation.

Dritte Stufe: die repräsentative Untersuchung

Um die Breitenrelevanz der vorliegenden, teils erstaunlichen Forschungsergebnisse zu verifizieren, ließ die Identity Foundation 2008 die bisherigen Befunde in einer Repräsentativstudie überprüfen. Eine weitere Repräsentativerhebung im März 2009 wirft zusätzlich einen schlaglichtartigen Blick auf die Befindlichkeit der Nation im Jahr des 60. Geburtstages der Bundesrepublik Deutschland.

Die Erhebungen wurden von der GfK Marktforschung, Nürnberg, durchgeführt. Die Auswertung wurde in Zusammenarbeit mit der Universität Hohenheim, Stuttgart, realisiert.

Die hier vorliegende Dokumentation stellt die Ergebnisse der beiden Repräsentativstudien in ausführlicher Form vor und bezieht in ihren Schlussfolgerungen die Ergebnisse der beiden ersten Projektphasen mit ein.

AUFBAU DER UNTERSUCHUNG

Die Grundgesamtheit dieser Untersuchung umfasst Männer und Frauen im Alter ab 14 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland. Der Umfang dieser Gesamtheit beträgt ca. 64.818.000 Personen der deutschen Wohnbevölkerung in Privathaushalten. Daraus wurde eine repräsentative Stichprobe im Umfang von ca. 2.000 Personen gezogen. Der Untersuchung liegt methodisch eine Quotenstichprobe zugrunde. Die Ermittlung der Quoten erfolgte auf der Basis amtlicher Statistiken und Berechnungen der GfK Marktforschung.

REPRÄSENTATIVE STICHPROBE
DER DEUTSCHEN WOHN-
BEVÖLKERUNG AB 14 JAHREN

Die Auswertung basiert auf den Antworten von 1.984 Befragten.

Die Antworten der Befragten basieren auf einer 10er-Skala, in der 1 für volle Ablehnung steht und 10 für volle Zustimmung. Welche Antwortcluster in der Dokumentation jeweils zugrunde gelegt wurden, ist durch hochgestellte Ziffern gekennzeichnet.

**Es kennzeichnet
die Deutschen, dass
bei ihnen die
Frage
„Was ist deutsch?“
niemals
ausstirbt.**

Friedrich Nietzsche

DEUTSCHES STAMMBUCH von Shorena Baliashvili, Gudrun Gehlhaar, Ninetta Orfgen

DEUTSCHE IDENTITÄT IM JAHRE 2009 – EIN BLITZLICHT

60 Jahre nach Gründung der Bundesrepublik Deutschland zeigt sich die Nation in Festtagsstimmung. Eine Mehrheit der Deutschen empfindet wieder Stolz auf ihre nationale Zugehörigkeit und auch in der Frage, was denn „typisch deutsch“ ist, herrscht in der Bevölkerung ein breiter Konsens.

Wir sind Deutschland und darauf stolz

KNAPP 60 PROZENT ALLER
DEUTSCHEN ERLEBEN WIEDER
STOLZ AUF DIE NATION

59,3 Prozent aller Deutschen sagen heute von sich: „Ich bin stolz, Deutsche/r zu sein.“ Lediglich 17 Prozent der Bevölkerung finden keine Gründe, die sie zu Stolz auf Deutschland veranlassen. Das Bekenntnis zur Nation ist für eine Mehrheit der Deutschen kein Auslaufmodell, sondern aktueller denn je. So lehnen 68,6 Prozent der Bevölkerung die Vorstellung, dass Europa und die Völkergemeinschaft wichtiger sein könnten als Deutschland, ab.

„Typisch deutsch“ – eine Nation ist sich einig

79,6 PROZENT DER DEUTSCHEN
LIEBEN IHR VATERLAND

Auch in der Frage, was denn „typisch deutsch“ ist, zeichnet sich ein breiter gesellschaftlicher Konsens ab. 79,6 Prozent der Bevölkerung sind sich sicher, dass es ein Wesenszug der Deutschen ist, ihr Vaterland zu lieben. Der beziehungsweise die typische Deutsche ist in den Augen von 90,8 Prozent der Befragten pflichtbewusst und leistungsorientiert. 89,7 Prozent nennen die Liebe zu Regeln und Ordnung als wichtigen nationalen Charakterzug. Im Werkeln sowie in der Liebe zur Heimat und der Pflege des Brauchtums erkennen jeweils 81,8 Prozent der Befragten die Deutschen wieder.

Demokratisch und weltoffen

KLARES BEKENNTNIS
ZUR DEMOKRATIE

Das Bekenntnis der Deutschen zur Demokratie fällt zum 60. Geburtstag der Bundesrepublik Deutschland ebenfalls sehr eindeutig aus. 79,2 Prozent der Befragten sehen den/die typische/n Deutsche/n in der demokratischen Tradition des Landes tief verwurzelt. Bei diesem Bekenntnis steht in den Augen von 57,9 Prozent der Befragten nicht das Nationale im Vordergrund, sondern eine identitär im Heimatland verwurzelte Weltoffenheit. So glaubt auch nur ein knappes Drittel der Bevölkerung (28,7 Prozent), dass die Deutschen eine Scheu vor Fremdem oder Fremden an den Tag legen.

Das immer wieder gerne kolportierte Bild des „Jammer-Deutschen“, der sich tagtäglich über die Zustände im Land beklagt, stößt in der Bevölkerung auf allenfalls mäßige Resonanz. Nur 49,1 Prozent der Befragten glauben, dass es zutreffend ist.

Wirtschaft und Soziales als wichtigste Zukunftsthemen

NEUN VON ZEHN DEUTSCHEN
BETRACHTEN DIE WIRTSCHAFT ALS
WICHTIGSTE ZUKUNFTSBAUSTELLE

Bei aller identitären Selbstgewissheit sind sich die Deutschen jedoch auch der Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft sehr bewusst. Zu den wichtigsten Themen, mit denen sich die Deutschen in den kommenden 60 Jahren beschäftigen werden oder sollten, gehören für die meisten Befragten vor allem die Bereiche Wirtschaft und Soziales. So sind 89,4 Prozent der Deutschen der Ansicht, dass die Stabilisierung und Weiterentwicklung der Wirtschaft zu den größten künftigen Herausforderungen zählt.

Der Stärkung der sozialen Sicherung messen 86,9 Prozent ein besonders großes Gewicht bei. Die Förderung von ökologischen Belangen und Nachhaltigkeit im Handeln steht für 78,7 Prozent der Befragten auf der deutschen Agenda ganz vorne. Auch die Stärkung des Zusammenhalts und des Miteinanders unter den Deutschen wird von 75,3 Prozent der Bevölkerung als sehr wichtig erachtet. Eine Rückbesinnung auf traditionelle Werte wie Familie und Heimat gehört für 67,8 Prozent der Deutschen zu den wichtigsten Zukunftsaufgaben. Der Integration von Zuwanderern messen 38,9 Prozent der Bevölkerung großes Gewicht bei.

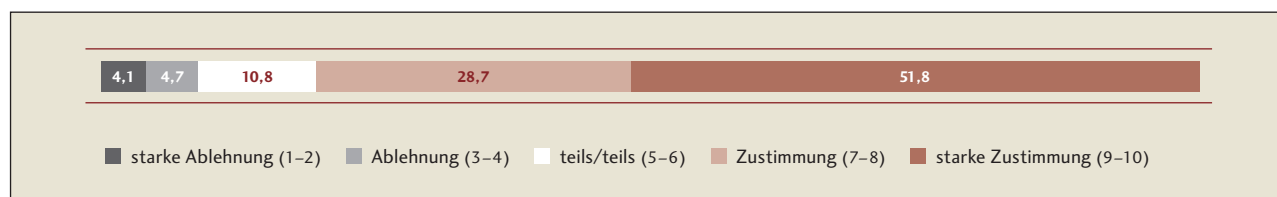
ÖKOLOGIE UND NACHHALTIGKEIT SIND KNAPP 80 PROZENT DER DEUTSCHEN SEHR WICHTIG

DEUTSCH-SEIN IST EINE TIEF VERANKERTE GEWISSHEIT

Auch wenn man den Deutschen immer wieder nachsagt, sie haderten mit ihrer nationalen Identität, fällt ihr Bekenntnis zum eigenen Deutsch-Sein sehr eindeutig aus. 80,5 Prozent der Bevölkerung fühlen sich sehr stark bis stark⁷⁻¹⁰ als Deutsche, wobei die Mehrheit (51,8 Prozent) zu sehr starker bis maximaler Identifikation tendiert.⁹⁻¹⁰ Nur knapp jede/r zehnte Deutsche (8,8 Prozent) sagt von sich, sie/er fühle sich gar nicht oder eher weniger als Deutsche/r.¹⁻⁴ Weitere 10,8 Prozent der Bevölkerung sind sich in ihrer nationalen Zugehörigkeit etwas unschlüssig und positionieren sich im Mittelfeld zwischen Identifikation und Ablehnung.⁵⁻⁶

VIER VON FÜNF DEUTSCHEN SPÜREN DIE GEWISSHEIT IHRER NATIONALEN IDENTITÄT

Wie sehr fühlen Sie sich als Deutsche/r?



Dabei scheint die nationale Zugehörigkeit stark familiär verankert zu sein, wobei die Identifikation der Befragten mit dem Deutsch-Sein gegenüber ihrer Elterngeneration geringer ausgeprägt ist. 82,5 Prozent gehen davon aus, dass ihre Eltern sich sehr stark bis stark als Deutsche fühlen.⁷⁻¹⁰ 8,5 Prozent sehen bei ihren Eltern eine sehr gering bis gar nicht ausgeprägte deutsche Identität.¹⁻⁴ 9 Prozent positionieren ihre Eltern im Mittelfeld zwischen Identifikation und Ablehnung.⁵⁻⁶

DIE ELTERNGENERATION FÜHLT SICH STÄRKER MIT DEM DEUTSCH-SEIN VERBUNDEN

Das Deutsch-Sein entfaltet im Alter die höchste Bindungskraft

Die Gesamtbetrachtung legt nahe, dass das Deutsch-Sein seine höchste Bindungskraft im Alter entfaltet. Während bei der Elterngeneration eine sehr starke bis maximale Identifikation⁹⁻¹⁰ mit dem Deutsch-Sein von 60,4 Prozent der Befragten angenommen wird, ist das eigene Zugehörigkeitsgefühl der Befragten mit 51,8 Prozent deutlich geringer ausgeprägt – eine Differenz von 8,6 Prozentpunkten.

JUNGE DEUTSCHE FÜHLEN SICH WENIGER DEUTSCH ALS IHRE ELTERN

In der Ablehnung des Deutsch-Seins¹⁻⁴ ergeben sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Befragten und der Elterngeneration (Befragte: 8,8 Prozent; Elterngeneration: 8,5 Prozent) und auch das indifferente Mittelfeld⁵⁻⁶ liegt nahe beieinander (Befragte: 10,8 Prozent; Elterngeneration: 9 Prozent).



DEUTSCHE KÜCHE von Shorena Baliashvili, Gudrun Gehlhaar, Ninetta Orfgen

DAS NATIONALGEFÜHL DER
ELTERNGENERATION WIRD
SYSTEMATISCH UNTERSCHÄTZT

Verstärkt wird dieser Eindruck, wenn man die Identifikation mit dem Deutsch-Sein über die verschiedenen Altersgruppen hinweg analysiert. Während sich bei den über 70-Jährigen eine maximale Identifikation¹⁰ mit dem Deutsch-Sein bei 46,7 Prozent der Befragten zeigt und bei den 60- bis 69-Jährigen noch bei 42,6 Prozent, sinkt dieser Anteil bei den 20- bis 29-Jährigen auf einen Tiefststand von 28,7 Prozent. Lediglich bei den 14- bis 19-Jährigen zeichnen sich mit 34,1 Prozent wieder leicht stärkere Bezüge zur deutschen Identität ab. Gleichzeitig zeigt sich, dass die jüngere Generation das Nationalgefühl der Eltern systematisch unterschätzt. So gehen in der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen 75,1 Prozent davon aus, dass das Nationalgefühl ihrer Eltern (aus Praktikabilitätsgründen wird die Alterskohorte betrachtet, die im Schnitt 30 Jahre älter ist) stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ ausgeprägt ist, während dieser Wert in der Elterngeneration tatsächlich bei 84,5 Prozent liegt, also um 9,4 Prozentpunkte höher ausfällt. In der Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen konstatieren 78,1 Prozent ein starkes bis sehr starkes Nationalgefühl der Eltern, diese kommen in der Selbstbetrachtung jedoch auf einen Wert von 88,3 Prozent (plus 10,2 Prozentpunkte).

Identifikatorische Sogwirkung der Nation in der Altersgruppe 60 plus

KNAPP 60 PROZENT DER ÜBER
60-JÄHRIGEN FÜHLEN SICH
SEHR STARK MIT DER NATION
VERBUNDEN

Ihre volle identifikatorische Sogwirkung entfaltet die Zugehörigkeit zur Nation in der Altersgruppe 60 plus. Sehen bei den 50- bis 59-Jährigen 49,1 Prozent der Befragten eine sehr starke⁹⁻¹⁰ persönliche Verbundenheit mit der Nation, sind es bei den 60- bis 69-Jährigen 58,9 Prozent. Diese Tendenz erklärt sich damit, dass die institutionelle Bindung generell im Alter wächst und damit auch das Nationalgefühl mit zunehmendem Alter eine stärkere Bindungskraft entfaltet.

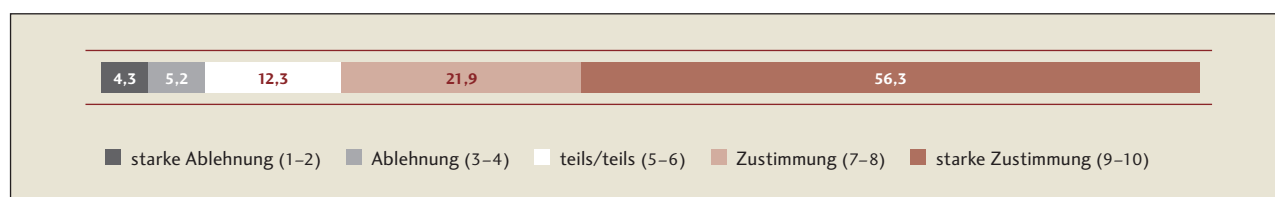
In der Lebensphase, die für viele Menschen durch den Wechsel von der Berufstätigkeit in den Ruhestand geprägt ist, wächst der Wunsch nach Vertrautheit und ordnenden Konstanten, so dass sich die damit verbundene stärkere institutionelle Orientierung auch in einem intensiveren Nationalgefühl niederschlägt. Im Hinblick auf den demographischen Wandel und den damit verbundenen tendenziellen Alterungsprozess der deutschen Bevölkerung ist deshalb zu erwarten, dass das Nationalgefühl für die Deutschen in der Zukunft noch wichtiger werden wird.

DEUTSCHE IDENTITÄT – EINE BEWUSSTE WAHL, DIE IM EINKLANG MIT DEM HERZEN ERFOLGT

Für den Großteil der Deutschen folgt die Zugehörigkeit zur Nation einem klaren und bewussten Bekenntnis. 78,2 Prozent der Befragten würden, wenn sie ihre Staatsangehörigkeit in Europa frei wählen könnten, sich mit großer bis sehr großer Bestimmtheit⁷⁻¹⁰ für die deutsche Staatsangehörigkeit entscheiden.

KNAPP 80 PROZENT DER DEUTSCHEN WÜRDEN DIE DEUTSCHE STAATSANGEHÖRIGKEIT WIEDER WÄHLEN

Wenn ich meine Staatsangehörigkeit in Europa frei wählen könnte, so würde ich dennoch die deutsche wählen.



Nur 9,5 Prozent würden dies eher bis explizit¹⁻⁴ nicht tun. Immerhin mehr als jeder zehnte Deutsche (12,3 Prozent) ist in dieser Frage jedoch unentschieden.⁵⁻⁶ Damit wird die Verbundenheit mit der Nation im Zuge eines Reflektionsprozesses kognitiv bestätigt.

Geburt als wichtiger Faktor für Verbundenheit

Diese eindeutige Bejahung der nationalen Herkunft ist nicht allein rational vermittelt, sondern speist sich auch aus tiefer liegenden Bezügen. Fragt man die Deutschen etwa nach den wichtigsten Faktoren, die eine besondere Verbundenheit mit der eigenen Nation hervorrufen, so wird an erster Stelle der Bezug aufgrund des Geburtsortes genannt. 83 Prozent der Befragten fühlen sich mit Deutschland stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ verbunden, weil sie hier geboren wurden. 10,4 Prozent können dem indes kaum bis gar nicht zustimmen¹⁻⁴, 6,7 Prozent sind hier eher unentschieden.⁵⁻⁶

83 PROZENT DER DEUTSCHEN FÜHLEN SICH QUA GEBURT TIEF IN DER NATION VERWURZELT

MEHR ALS ZWEI DRITTEL DER DEUTSCHEN HÄNGEN MIT DEM HERZEN AN DEUTSCHLAND

Deutsch-Sein – für 70 Prozent der Deutschen eine Herzensangelegenheit

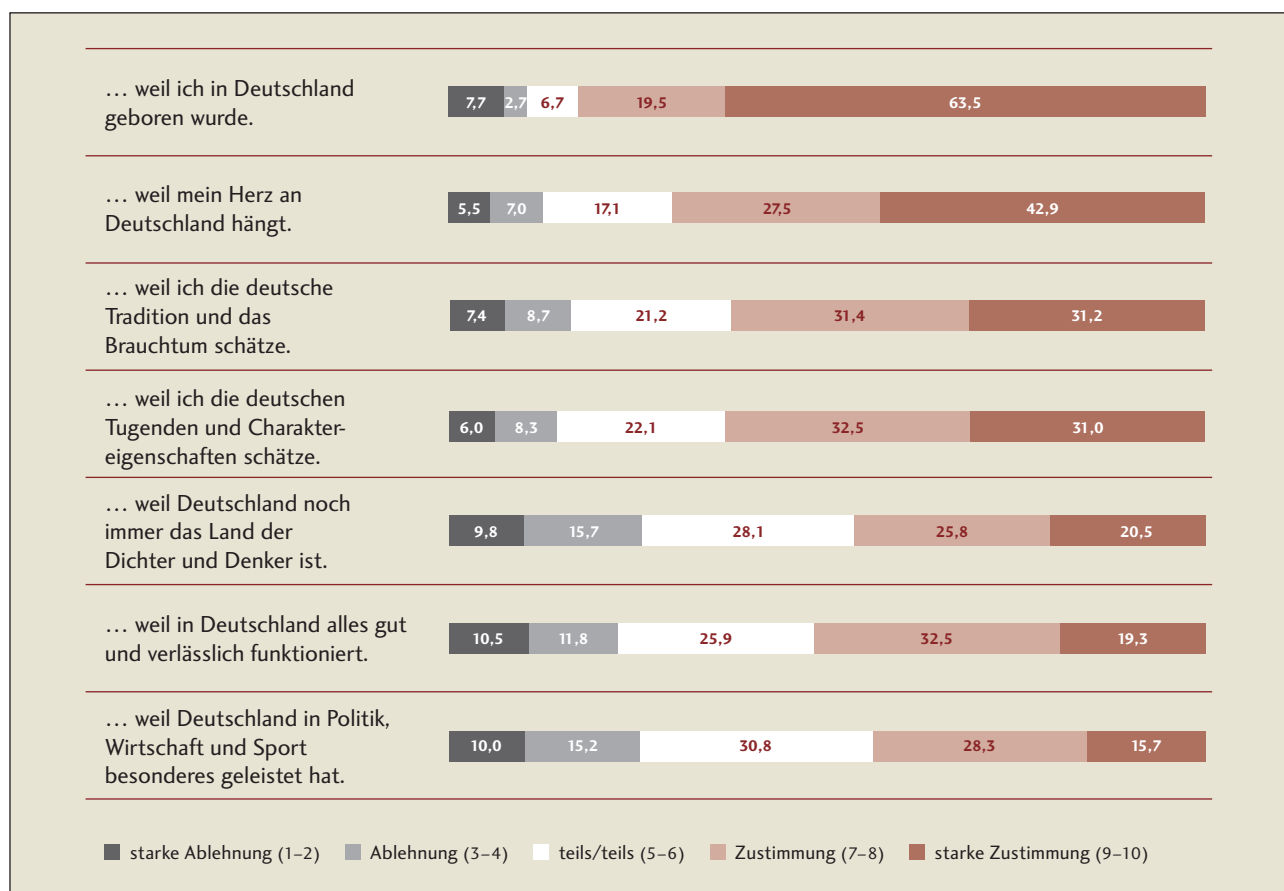
Darüber hinaus folgt das Deutsch-Sein in seiner Verankerung auch starken emotionalen Impulsen. Die Wahrnehmung, dass das eigene Herz an Deutschland hängt, ist für 70,4 Prozent der Deutschen ein wesentlicher Impuls⁷⁻¹⁰, um sich mit ihrem Land verbunden zu fühlen. Sowohl deutliche bis explizite Ablehnung¹⁻⁴ mit 12,5 Prozent als auch Unentschiedenheit⁵⁻⁶ mit 17,1 Prozent fallen bei dieser Frage jedoch schon recht hoch aus. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass knapp jeder dritte Deutsche nicht wirklich mit dem Herzen an seinem Land hängt.

PLURALISMUS ALS ENTSCHEIDENDES STRUKTURMERKMAL DEUTSCHER IDENTITÄT

INDIVIDUELLE MUSTER DEUTSCHER IDENTITÄT SPEISEN SICH AUS EINEM PLURALISTISCH-KOLLEKTIVEN IDENTITÄTSREPERTOIRE

Tugend und Tradition sowie die sprichwörtliche deutsche Verlässlichkeit und das Erbe der Dichter und Denker sind ebenfalls wichtige Anker deutscher Identität. Sowohl auf die Vergangenheit bezogene Anknüpfungspunkte als auch durch einen Gegenwartsbezug genährte Identitätsaspekte speisen die kollektive Identität der Deutschen. So entstehen auf der persönlichen Ebene Muster gelebter deutscher Identität, welche die Motive des kollektiven Identitätsrepertoires individuell gewichten und variieren.

Ich fühle mich mit Deutschland verbunden ...



Das deutsche Wesen hat immer noch Bindungskraft

Tugend und Charakter sind nach wie vor für viele Deutsche ein wichtiger Anknüpfungspunkt, an dem sie die Verbundenheit mit dem eigenen Land festmachen. 63,5 Prozent der Befragten stimmen dem stark bis voll und ganz zu.⁷⁻¹⁰ 14,3 Prozent allerdings können mit den deutschen Charaktereigenschaften wenig bis gar nichts anfangen¹⁻⁴ und 22,1 Prozent sind eher unentschieden.⁵⁻⁶

ZWEI DRITTEL ALLER DEUTSCHEN SEHEN IN TUGEND UND CHARAKTER WICHTIGE IDENTITÄTSANKER

Die deutsche Tradition und das Brauchtum ermöglichen eine ähnlich starke Rückbindung ans Vaterland. Im Hinblick auf diese Aspekte ist für 62,6 Prozent der Deutschen die Rückbindung groß bis sehr groß.⁷⁻¹⁰ 16,1 Prozent der Befragten können mit diesen Relikten der Vergangenheit hingegen wenig bis gar nichts anfangen¹⁻⁴ und 21,2 Prozent sind eher unentschieden.⁵⁻⁶

DIE TRADITION BINDET ZWEI DRITTEL ALLER DEUTSCHEN AN IHR LAND

Kulturelles Erbe als Brücke zur Geschichte der Nation

Die deutschen Dichter und Denker bilden für viele Deutsche immer noch eine Identitätsbrücke zur Geschichte der Nation. 46,3 Prozent der Bevölkerung sehen hier starke bis sehr starke⁷⁻¹⁰ Anknüpfungspunkte für ihre deutsche Identität. 25,5 Prozent der Befragten können mit dem kulturellen Erbe dagegen explizit wenig bis gar nichts¹⁻⁴ anfangen, 28,1 Prozent stehen ihm eher indifferent⁵⁻⁶ gegenüber.

DAS VERMÄCHTNIS DER DICHTER UND DENKER IST FÜR KNAPP DIE HÄLFTE ALLER DEUTSCHEN FÜR IHRE IDENTITÄT NOCH RELEVANT

Das Vermächtnis der Romantik, jener Epoche, die einst für die Entwicklung des deutschen Nationalbewusstseins maßgebliche Impulse setzte, ist dagegen für die deutsche Identität der Gegenwart von untergeordneter Bedeutung. Nur ein Viertel der Bevölkerung (25 Prozent) stimmt heute der Aussage, dass ein Hang zur Romantik und Spiritualität eine besondere Stärke der Deutschen sei, in besonderem Maße zu.⁷⁻¹⁰ 38,9 Prozent der Bevölkerung können mit diesen Relikten der Vergangenheit, die einst auch für ein begeistertes Nationalgefühl standen, hingegen wenig bis gar nichts¹⁻⁴ anfangen, und 36,1 Prozent sind in dieser Frage eher unentschieden.⁵⁻⁶

DAS NATIONALGEFÜHL DER ROMANTIK IST LÄNGST IN VERGESSENHEIT GERATEN

Pluralistische Identitätsräume prägen die Gegenwartsbezüge der Deutschen

Während die abstrakten Bezüge und die Sphäre von Tradition und Vergangenheit für eine deutliche Mehrheit der Deutschen wichtige Verbundenheitsfaktoren mit dem Vaterland darstellen, zeigt sich bei den gegenwartsbezogenen Dimensionen ein sehr pluralistisch orientiertes Selbstbild. Hier wählen die Befragten aus einem breiten Repertoire an Identitätsankern aus, die als typisch deutsch empfunden werden, und leben ihr Deutsch-Sein in individuellen Variationsmustern.

NUR KNAPP DIE HÄLFTE ALLER
DEUTSCHEN FINDET, DASS DAS
GEMEINWESEN NOCH GUT
UND VERLÄSSLICH FUNKTIONIERT

Der Sozialstaat verliert an Bindungskraft

Wo viele Deutsche lange Jahre besonders stolz auf ihren funktionierenden Staat, ein einzigartiges Sozialsystem und den typisch deutschen Hang zur Ordnung waren, fühlen sich heute nur noch 51,8 Prozent der Bevölkerung mit Deutschland stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ verbunden, weil hierzulande „alles gut und verlässlich funktioniert“. Ein knappes Viertel (22,3 Prozent) kann sich dieser Haltung jedoch kaum bis gar nicht¹⁻⁴ anschließen und ein gutes Viertel (25,9 Prozent) ist in dieser Frage recht unentschieden.⁵⁻⁶



DEUTSCHE WÖRTER IN DER FREMDE von Katja Günther, Katharina Konrad

POSITIVE IDENTITÄTSSIGNALE AUS
POLITIK, WIRTSCHAFT UND SPORT
EMPFÄNGT KNAPP DIE HÄLFTE DER
BEVÖLKERUNG

Erfolge in Politik, Wirtschaft und Sport als wichtige Teile des deutschen Identitätspuzzles

Auch die Leistungen Deutschlands in Politik, Wirtschaft und Sport bilden wichtige Bezugspunkte für die Identifikation der Deutschen. 44 Prozent aller Deutschen finden hier starke bis sehr starke⁷⁻¹⁰ Anknüpfungspunkte für eine positiv besetzte deutsche Identität. Ein Viertel der Bevölkerung (25,2 Prozent) empfindet dagegen mit Blick auf diese Sphäre wenig bis gar keine¹⁻⁴ Identifikation und ein Drittel (30,8 Prozent) kommt hier weder zu eindeutiger Zustimmung noch zu klarer Ablehnung.⁵⁻⁶

DEUTSCHER ERFINDERGEIST IST
FÜR JEDEN ZWEITEN DEUTSCHEN
EIN ANLASS, STOLZ ZU SEIN

Noch stolzer sind die Deutschen auf ihren Erfindergeist und ihre Schöpferkraft. 48,3 Prozent der Bevölkerung sind in besonderem Maße⁷⁻¹⁰ der Meinung, dass die Deutschen die „besten Tüftler und Erfinder in der Welt“ sind. Jeder Fünfte (18,2 Prozent) findet dies indes kaum bis gar nicht¹⁻⁴ und ein Drittel (33,5 Prozent) ist in dieser Frage eher unentschieden.⁵⁻⁶

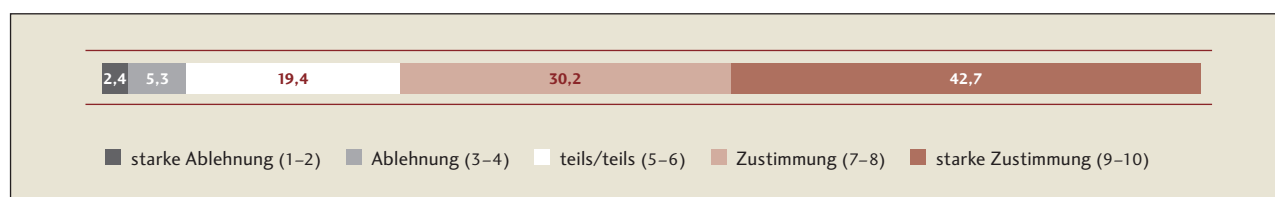
Variable Identitätsmuster sind im kollektiven Bewusstsein tief verankert

Während andere Nationen sich in ihrer identitären Selbstvergewisserung vielfach auf einen homogenen Identitätsraum beziehen, speist sich die Stärke deutscher Identität eher aus individuell variablen Identitätsmustern, die nicht immer von der Gesamtbevölkerung geteilt werden, aber dennoch im kollektiven Bewusstsein als typisch deutsch verwurzelt sind. Diese Dynamik ist selbstbewusst im deutschen Alltag verankert.

DIE STÄRKE DEUTSCHER IDENTITÄT RESULTIERT AUS INDIVIDUELLEN VARIATIONEN DES KOLLEKTIV VERANKERTEN DEUTSCH-SEINS

Allenfalls im direkten Vergleich mit den Identitätsentwürfen anderer Nationen, die homogenere Selbstbilder vertreten und aufgrund dieses einheitlichen Erscheinungsbildes vordergründig mehr Stärke oder Größe auszustrahlen scheinen, entsteht bei zahlreichen Deutschen der Eindruck, dass es dem eigenen Volk nicht wirklich gelingt, seine Identität adäquat in der öffentlichen Sphäre zu präsentieren. So stimmen 42 Prozent der Bevölkerung der Aussage, dass die Deutschen sich gerne schlechter machen, als sie sind, stark bis sehr stark zu⁷⁻¹⁰. 28,6 Prozent lehnen sie hingegen stark bis voll und ganz ab¹⁻⁴, 29,4 Prozent wissen nicht so recht, was sie von ihr halten sollen.⁵⁻⁶

Die Deutschen sollten mehr Selbstbewusstsein im Hinblick auf ihre nationale und kulturelle Herkunft zeigen.



Vor diesem Hintergrund wird auch der Wunsch vieler Deutscher nach mehr deutschem Selbstbewusstsein plausibel, der der breiten Zustimmung von großen Teilen der Bevölkerung zu den zentralen Mustern deutscher Identität auf den ersten Blick zu widersprechen scheint. 72,9 Prozent der Befragten stimmen der Aussage „Die Deutschen sollten mehr Selbstbewusstsein im Hinblick auf ihre nationale und kulturelle Identität zeigen“ stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ zu. Nur 7,7 Prozent teilen diese Ansicht kaum oder gar nicht¹⁻⁴ und 19,4 Prozent finden in dieser Frage zu keinem eindeutigen Urteil.⁵⁻⁶ Obwohl die Deutschen augenscheinlich über ein ausgeprägtes nationales Selbstverständnis verfügen, gelingt es ihnen also häufig nicht, dieses auch nach außen zu vermitteln. Dies dürfte daran liegen, dass der Kristallisationspunkt deutscher Identität gerade nicht in einer auf wenige Identitätsaspekte reduzierten Größe liegt, sondern in einer sowohl in der Tiefe als auch in der Breite verwurzelten Vielfalt, die zwar nicht von allen Deutschen bis ins Detail aktiv geteilt wird, jedoch im kollektiven Bewusstsein stets präsent ist.

FAST DREI VIERTEL DER BEVÖLKERUNG SIND DER ANSICHT, DASS ES DEN DEUTSCHEN NICHT GELINGT, IHR NATIONALES SELBSTBEWUSSTSEIN ADÄQUAT IN DER ÖFFENTLICHKEIT ZU ZEIGEN

NUR JEDER DRITTE DEUTSCHE NEIGT
ZU AKTIVER NATIONALER EUPHORIE

Die Fahne mögen bitte die anderen schwenken

Diese Einschätzung bestätigt sich bei einem Blick auf die Alltagspraxis der Deutschen. 60,9 Prozent der Bevölkerung finden es beispielsweise gut⁷⁻¹⁰, dass die Deutschen bei besonderen Gelegenheiten wieder die Nationalfahne heraushängen. Nur 15,9 Prozent lehnen dieses Ritual eher ab¹⁻⁴ und 23,2 Prozent ist es eher gleichgültig.⁵⁻⁶ Doch wenn es darum geht, selbst Farbe zu bekennen, verkehrt sich dieser Trend in sein Gegenteil, denn nur 31,2 Prozent der Deutschen sagen von sich⁷⁻¹⁰, dass sie beispielsweise wenn die Nationalmannschaft spielt, schon einmal die Nationalhymne singen oder die deutsche Fahne schwenken. 52,5 Prozent lehnen diese Vorstellung dagegen deutlich bis sehr deutlich ab¹⁻⁴ und 16,3 Prozent verharren im Mittelfeld zwischen Aktivität und Passivität.⁵⁻⁶

Daraus lässt sich schließen, dass das gefühlte Selbstverständnis der Deutschen stark verankert ist, während das individuelle Bedürfnis danach, dieser Befindlichkeit auch einen offensiven Ausdruck zu verleihen, eher gering ausgeprägt ist.



DEUTSCHER WERKELBUND von Camila Drzymalla, Nadine Janke, Julia Kiper mann, Eva Pika

VON FEHLENDEN VORBILDERN: DAS ÖFFENTLICHE IDENTITÄTSVAKUUM DEUTSCHER IDENTITÄT

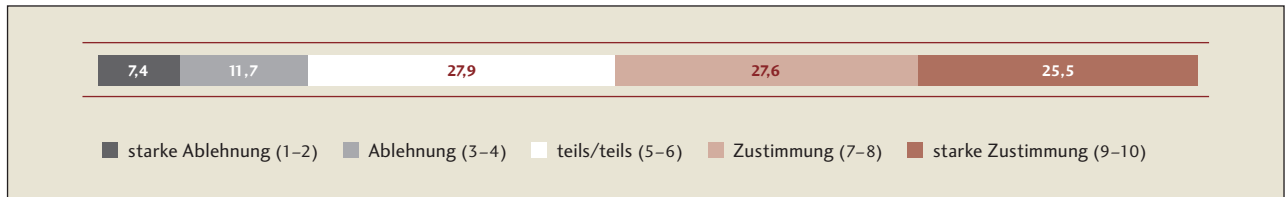
Das Deutsch-Sein lebt, dies wurde bereits deutlich, vor allem in der Sphäre der Innerlichkeit. Hier ist es vital und allzeit präsent. In der eher verhalten vermittelten Präsenz deutscher Identität in der öffentlichen Sphäre sehen die Deutschen zum großen Teil keinen Mangel. Allerdings zeigt sich im Hinblick auf den Wandel der deutschen Gesellschaft, die vor der Aufgabe steht, immer mehr Bürgerinnen und Bürger nicht-deutscher Herkunft zu integrieren, auch ein wachsendes Bedürfnis der deutschen Bevölkerung nach Selbstvergewisserung. Und gerade in diesem Kontext wünschen sich viele Deutsche mehr Vorbilder und ein größeres Maß an öffentlicher Sichtbarkeit der deutschen Identität.

Inspirierende Visionen des Deutsch-Seins sind Mangelware

Eine Mehrheit der Deutschen vermisst inspirierende Visionen deutscher Identität in der öffentlichen Sphäre. So sind 53,1 Prozent der Bevölkerung der Ansicht⁷⁻¹⁰, dass Schule, Politik und Medien viel zu selten ein positives Bild des Deutsch-Seins vermitteln. 19,1 Prozent teilen diese Meinung nicht¹⁻⁴, 27,9 Prozent sind unentschieden.⁵⁻⁶

DIE MEHRHEIT DER BEVÖLKERUNG
VERMISST POSITIVE IDENTITÄTSBILDER

Schule, Politik und Medien vermitteln viel zu selten ein positives Bild des Deutsch-Seins.



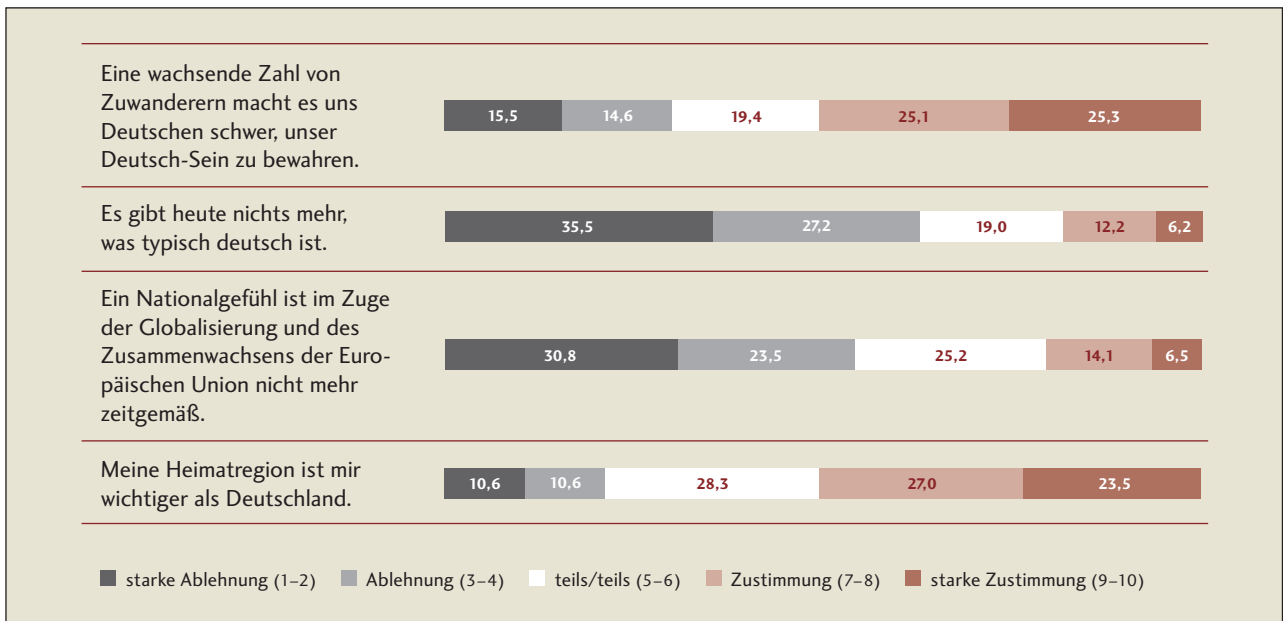
Wo im öffentlichen Raum ein nachhaltig vermitteltes positives Bild dessen, was Deutsch-Sein ausmacht, kaum präsent ist, wird es einerseits schwierig, im Zusammenleben mit anderen Kulturen die eigene Identität zu wahren, andererseits wird das Individuum in seiner Selbstverortung auf sich selbst zurückgeworfen, was, wie noch zu zeigen sein wird, dazu führt, dass sich dann jeder selbst der Nächste ist und die nationale Identität im Vergleich zu den individuellen Egoismen in den Hintergrund rückt.

Wo Selbstgewissheit fehlt, werden Zuwanderer leicht zur Herausforderung

Der Mangel an einer öffentlich vermittelten nationalen Selbstgewissheit macht es den Deutschen nicht leicht, in der Welt der Globalisierung und Migration einen sicheren identitären Raum zu finden. So sind 50,4 Prozent der Deutschen der Ansicht⁷⁻¹⁰, dass eine wachsende Zahl von Zuwanderern es ihnen schwer macht, das eigene Deutsch-Sein zu bewahren. Nimmt man die in dieser Frage Unentschiedenen⁵⁻⁶, 19,4 Prozent der Bevölkerung, hinzu, so sind es mit 69,8 Prozent sogar knapp zwei Drittel aller Deutschen, die ein nationales Unwohlsein befällt, weil sie sich bei tendenziell schwachem Selbstbild in der heimatlichen Sphäre mit dem teils stark im Außen artikulierten Selbstbewusstsein anderer Nationen konfrontiert sehen. Fast jeder dritte Deutsche (30,1 Prozent) fühlt sich allerdings im eigenen Deutsch-Sein nicht durch die Migrationsprozesse tangiert.¹⁻⁴

ZWEI DRITTEL ALLER DEUTSCHEN
BEFÄLLT IM ANGESICHT
DER MIGRATION NATIONALES
UNWOHLSEIN

Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen?



JEDER FÜNFTHE DEUTSCHE
FLÜCHTET SICH IN KULTURELLE
ÜBERFREMUNGSGEFÜHLE

Das Unbehagen in der multikulturellen Gesellschaft scheint indes eher ein Schnupfen denn eine nationale Grippe zu sein, da die wenigsten Deutschen sich in dieser Situation in kulturelle Überfremdungsgefühle flüchten. So sind lediglich 18,4 Prozent der Bevölkerung der Ansicht^{7–10}, dass es heute nichts mehr gebe, was typisch deutsch sei. 62,7 Prozent widersprechen dieser Einschätzung sogar explizit^{1–4} und lediglich 19 Prozent sind in dieser Frage unentschieden.^{5–6}

FÜR JEDEN FÜNFTEN DEUTSCHEN
IST NATIONALE IDENTITÄT NICHT
MEHR ZEITGEMÄSS

Das deutsche Nationalgefühl hält der Globalisierung stand

Wo es der nationalen Identität an einem öffentlichen Unterbau fehlt, flüchtet sich jeder fünfte Deutsche in Zweckoptimismus. 20,6 Prozent sind nämlich der Ansicht^{7–10}, dass ein Nationalgefühl im Zuge der Globalisierung und des Zusammenwachsens der Europäischen Union ohnehin nicht mehr zeitgemäß sei. Die Mehrheit der Bevölkerung, nämlich 54,3 Prozent, widerspricht diesem munteren Abgesang jedoch deutlich bis sehr deutlich.^{1–4} Jeder vierte Deutsche (25,2 Prozent) ist sich unschlüssig.^{5–6}

DIE HÄLFTE ALLER DEUTSCHEN
MACHT DIE HEIMAT ZUR NEUEN
IDENTITÄTSSOASE

In der Heimat ist die deutsche Seele zuhause

Da die Nation die deutsche Seele eher von innen wärmt und ihr eher peripher ein äußeres Zuhause bietet, suchen viele Deutsche Zuflucht in einem naheliegenden Kompensationsmechanismus. Für 50,5 Prozent der Bevölkerung^{7–10} ist heute nämlich die Heimatregion bereits wichtiger als das Vaterland, wahrscheinlich weil der konkret verortete Lebensmittelpunkt im Gegensatz zur verinnerlichten nationalen Identität deutlich greifbarere Anknüpfungspunkte zur Identitätsbildung bietet. Die Heimat, die Region ist tagtäglich persönlich erfahrbar, sichtbar und Ort des realen Lebens und schafft damit auch eine äußere Präsenz des Deutsch-Seins.

DIE CAFÉHAUS-MORAL DER DEUTSCHEN

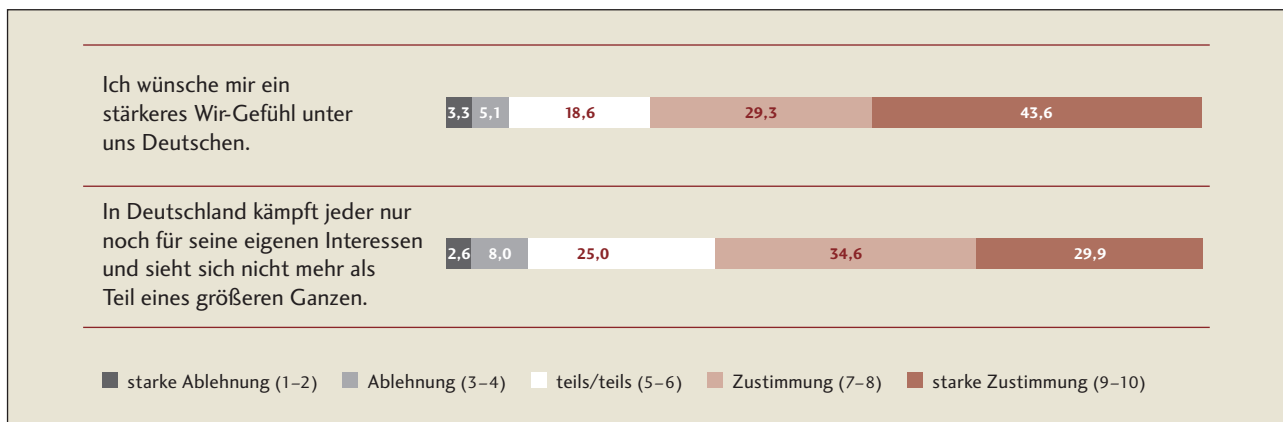
Unter den Deutschen zeigt sich ein ausgeprägtes Bedürfnis nach mehr Solidarität innerhalb der Bevölkerung, doch dieser Wunsch muss sich an einer gesellschaftlichen Realität messen, die in den Augen vieler eher von Einzelkämpfertum und persönlichen Egoismen geprägt ist.

Starker Wunsch nach Verbundenheit, aber letztlich kämpft jeder für sich

72,9 Prozent der Deutschen teilen⁷⁻¹⁰ den Wunsch nach einem stärkeren Wir-Gefühl. Nur 8,4 Prozent lehnen ihn ab¹⁻⁴ und 18,6 Prozent sind unentschieden.⁵⁻⁶ Damit besitzt die Vorstellung eines stärkeren Verbundenheitsgefühls für die Deutschen offensichtlich eine große Attraktivität. Sie steht jedoch in deutlichem Kontrast zur wahrgenommenen Wirklichkeit. Fast zwei Drittel der Deutschen (64,5 Prozent) finden, dass in Deutschland jeder nur noch für seine eigenen Interessen kämpft.⁷⁻¹⁰ Dem widersprechen nur 10,6 Prozent¹⁻⁴, die restlichen 25 Prozent sind unentschieden.⁵⁻⁶

ZWEI DRITTEL DER DEUTSCHEN KRITISIEREN DIE ELLBOGEN-MENTALITÄT IHRER LANDSLEUTE

Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen?



Das Idealbild kollektiver Verbundenheit trifft also auf einen Alltag, der von einer Ellbogenmentalität geprägt ist. Ein Ausweg aus dieser paradoxen Situation scheint jedoch nicht greifbar, denn in dieser Frage sind die Deutschen von einer tiefen inneren Ambivalenz geprägt. Dem Wunsch nach der Überwindung der kritisierten Ellbogenmentalität steht die Befürchtung gegenüber, dass man die eigenen Chancen auf individuelle Entfaltung und Lebensgestaltung unterminiert, wenn man sich nicht selbst der Nächste ist und das selbstbezogene Spiel mitspielt. Stärker als der Wunsch nach einer Überwindung dieses Egoismus ist in der modernen deutschen Gesellschaft das Primat des Individualismus verankert – und dieses erfordert im Zweifel eine gewisse Anpassung an die Regeln einer eher egoistisch ausgerichteten Gesellschaft. Charakteristisch für die heutigen Deutschen ist daher eine Art Caféhaus-Moral: So wie die Gäste in den traditionellen Wiener Caféhäusern saßen, über die schlimmen Zustände in der Welt diskutierten und dabei gemütlich ihren Kaffee tranken und Kuchen aßen, so vermeiden es auch die Deutschen, ihrer Kritik konkrete Taten folgen zu lassen und sich aktiv zu engagieren – frei nach dem Motto „Ich würde ja, aber nicht allein und nicht als Erster“.

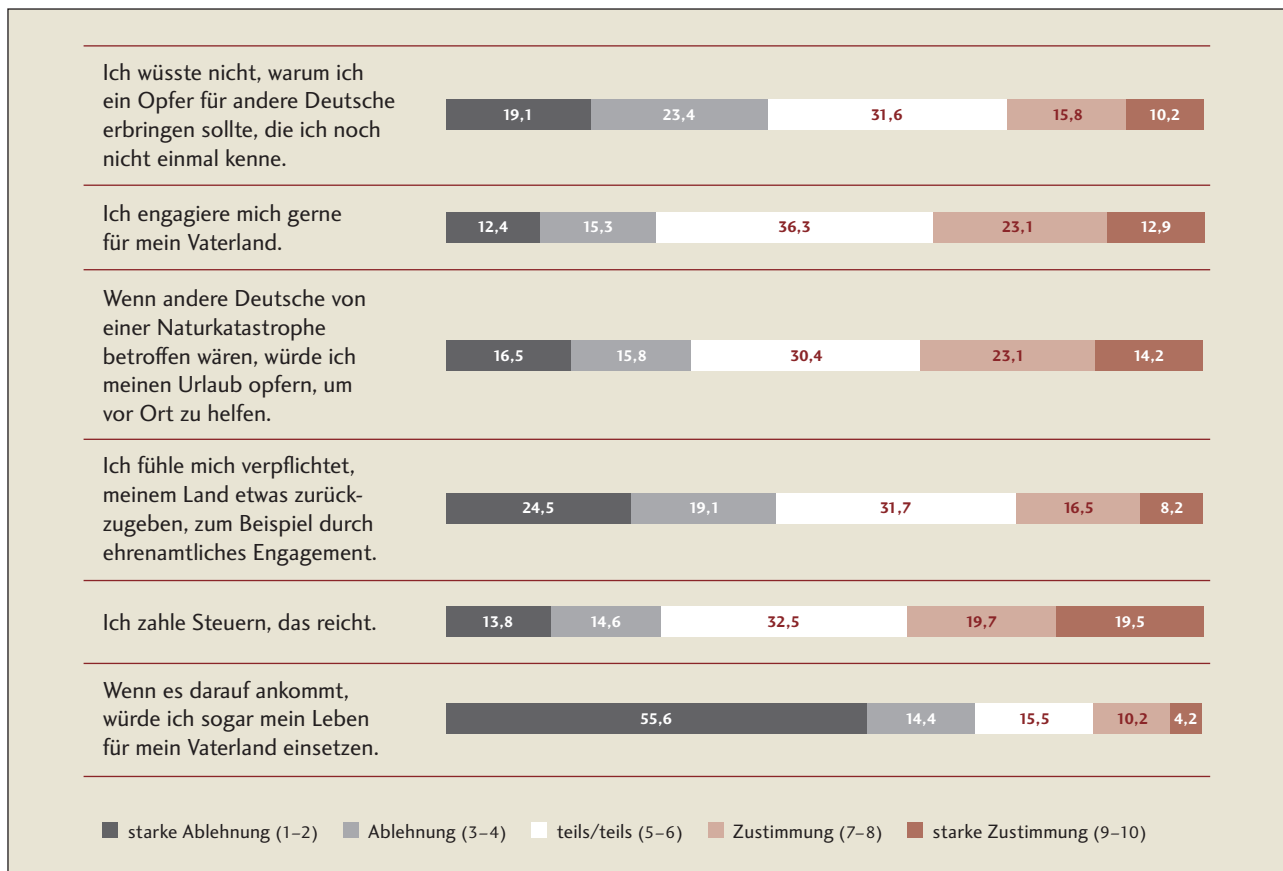
„ICH WÜRDTE JA, ABER NICHT ALLEIN UND NICHT ALS ERSTER“

IMMERHIN FAST DIE HÄLFTE
ALLER DEUTSCHEN FOLGT
EINER LATENTEN SOLIDARITÄT

Zu offensiver Egoismus wird von den Deutschen abgelehnt

Bei aller Ichbezogenheit neigen die Deutschen jedoch auch zu einer latenten Solidarität, die dann zutage tritt, wenn es statt um konkrete Hilfsangebote um die Frage expliziter Verweigerung geht. So stimmen nur 26 Prozent der Bevölkerung der Aussage „Ich wüsste nicht, warum ich ein Opfer für andere Deutsche erbringen sollte, die ich noch nicht einmal kenne“ zu⁷⁻¹⁰, während 42,5 Prozent diesem ungetarnten Egoismus deutlich bis vehement¹⁻⁴ widersprechen. 31,6 Prozent sind in dieser Frage unschlüssig.⁵⁻⁶ 36 Prozent der Bevölkerung engagieren sich vorbehaltlos⁷⁻¹⁰ gerne für ihr Vaterland und nur 27,7 Prozent lehnen dies explizit ab.¹⁻⁴ Das Mittelfeld der Unentschiedenen umfasst hier 36,3 Prozent.⁵⁻⁶

Was halten Sie von den folgenden Aussagen?



VERBUNDENHEIT ENTSTEHT
IM KONKRET VERMITTELTEN
HANDLUNGSRAUM

Verbundenheit und Solidarität entstehen am ehesten dort, wo die Bezugspunkte und Adressaten möglichst konkret in Erscheinung treten. So wäre jeder dritte Deutsche⁷⁻¹⁰ (37,3 Prozent) bereit, seinen Urlaub zu opfern, um anderen Deutschen, die von einer Naturkatastrophe betroffen sind, zu helfen. Es zeigt sich also, dass sich in konkret greifbaren Bezügen, im Vis-a-vis, ein innerdeutsches Gemeinschaftsgefühl artikuliert.

Deutlich weniger Dienstbereitschaft legen die Deutschen hingegen an den Tag, wenn diese den Charakter der Verbindlichkeit und Verpflichtung in sich trägt. Fragt man sie, inwieweit sie sich „verpflichtet“ fühlen, ihrem Land etwas zurückzugeben, beispielsweise durch ehrenamtliches Engagement, fühlt sich nur noch jeder vierte Deutsche (24,7 Prozent) wirklich⁷⁻¹⁰ angesprochen, während 43,6 Prozent mit deutlicher Ablehnung¹⁻⁴ reagieren. Die Zahl der Unentschiedenen⁵⁻⁶ liegt hier bei 31,7 Prozent. Geht es gar nicht um ein konkretes Ziel oder Anliegen und bleiben die Bezugspunkte ungewiss, so flüchten sich viele Deutsche in die Sphäre des Privaten und delegieren die Bewahrung eines nationalen Geistes an den Staat. „Ich zahle Steuern, das reicht“ – ist für 39,2 Prozent aller Deutschen ein Statement, dem sie weitgehend oder sogar voll und ganz⁷⁻¹⁰ zustimmen. Nur 28,4 Prozent lehnen eine solche fast vollständige Distanzierung größtenteils bis gänzlich ab¹⁻⁴ und 32,5 Prozent vermeiden es, hier klar Stellung zu beziehen.⁵⁻⁶

NUR JEDER VIERTE DEUTSCHE FÜHLT SICH ZU EHRENAMTLICHEM ENGAGEMENT VERPFLICHTET

DER STAAT SOLL'S RICHTEN – FAST 40 PROZENT DER BEVÖLKERUNG KULTIVIEREN DEN RÜCKZUG INS PRIVATE

Dem Staat, der alles richten soll, schwört jedoch nur jeder siebte Deutsche treue Gefolgschaft⁷⁻¹⁰ – dann aber auch bis in den Tod. 70 Prozent der Bevölkerung lehnen die Vorstellung, wenn es darauf ankommt, ihr Leben für das Vaterland aufs Spiel zu setzen, jedoch deutlich oder sogar rundheraus ab.¹⁻⁴ 15,5 Prozent der Befragten beziehen in dieser Frage lieber keine eindeutige Position.⁵⁻⁶

FÜRS VATERLAND STERBEN? JEDER SIEBTE DEUTSCHE WÜRDE DAS TUN

DIE DEUTSCHE IDENTITÄT PULSIERT IN DER VIELFALT – EINE ZWISCHENBILANZ

60 Jahre nach Gründung der Bundesrepublik Deutschland hat die Nation nicht nur international zu einer neuen politischen Stärke gefunden, sondern auch wieder vitale Szenarien deutscher Identität entwickelt.

MULTIDIMENSIONALE VIELFALT ALS CHARAKTERISTIKUM DEUTSCHER IDENTITÄT



DEUTSCHE WERTE von Tatiana Davidova

Während andere Nationen ihr Wir-Gefühl häufig auf wenige Kristallisationspunkte konzentrieren und diese in aller Größe zelebrieren, manifestiert sich das Deutsch-Sein in einer Vielfalt, die mit ihren multidimensionalen Bezugspunkten fest im kollektiven Bewusstsein verankert ist, ohne deshalb über die Maßen zur Schau getragen werden zu müssen.

ZUGEHÖRIGKEIT ALS OPTION –
DEUTSCH-SEIN REALISIERT SICH
IN DER INDIVIDUELLEN WAHL

Individuell deutsch, aber mit Herz

Die Bezüge zum Deutsch-Sein entfalten sich eher individuell und passiv und der Ort der Geburt wird in zweifacher Hinsicht zum wichtigen identitätsstabilisierenden Moment – als abstrakter Grund und Boden, der die Nation im wahrsten Sinne des Wortes territorial eint, und als partikulare Lebenssphäre, die in der regionalen Heimat konkrete Bezugspunkte schafft. Dieses Sowohl/Als-auch ist es, das die heutige Identität der Deutschen in ihrem Kern ausmacht. Das Herz der Deutschen schlägt für ihr Land, ohne dass sie darüber viel Aufhebens machen. Politik, Wirtschaft und Sport, das Tüfteln und Erfinden, die vielbeschworene deutsche Ordnung sowie Tradition und Brauchtum – all diese Sphären deutscher Vitalität sind den Deutschen unmittelbar präsent. Sie bilden einen multidimensionalen Identitätsraum, in dem sich der Einzelne mit seinen individuellen Vorlieben verortet und dabei über die sehr persönliche Realisierung einzelner Identitätsoptionen am großen Ganzen der kollektiven Seele teilhat.

BEREIT FÜR EINEN NEUANFANG

Deutsch-Sein funktioniert auch ohne große Vision

Das Große, das Starke, das Mächtige hat sich in den Augen der großen Mehrheit der Deutschen durch die schrecklichen Erfahrungen des Dritten Reiches diskreditiert. Die kurze Phase ungebremsster nationaler Euphorie stürzte nicht nur die eigene Nation ins Verderben, sondern auch ihre Nachbarn und hinterließ einen Nachgeschmack, der bitterer nicht sein könnte. Nach 60 Jahren aktiver Vergangenheitsbewältigung und tiefempfundenen Schuldbekennnissen sind die Deutschen, wie im folgenden noch zu zeigen sein wird, bereit für einen Neuanfang. Sie fangen an, sich selbst zu vergeben und verzweifeln nicht mehr an der eigenen Vergangenheit.

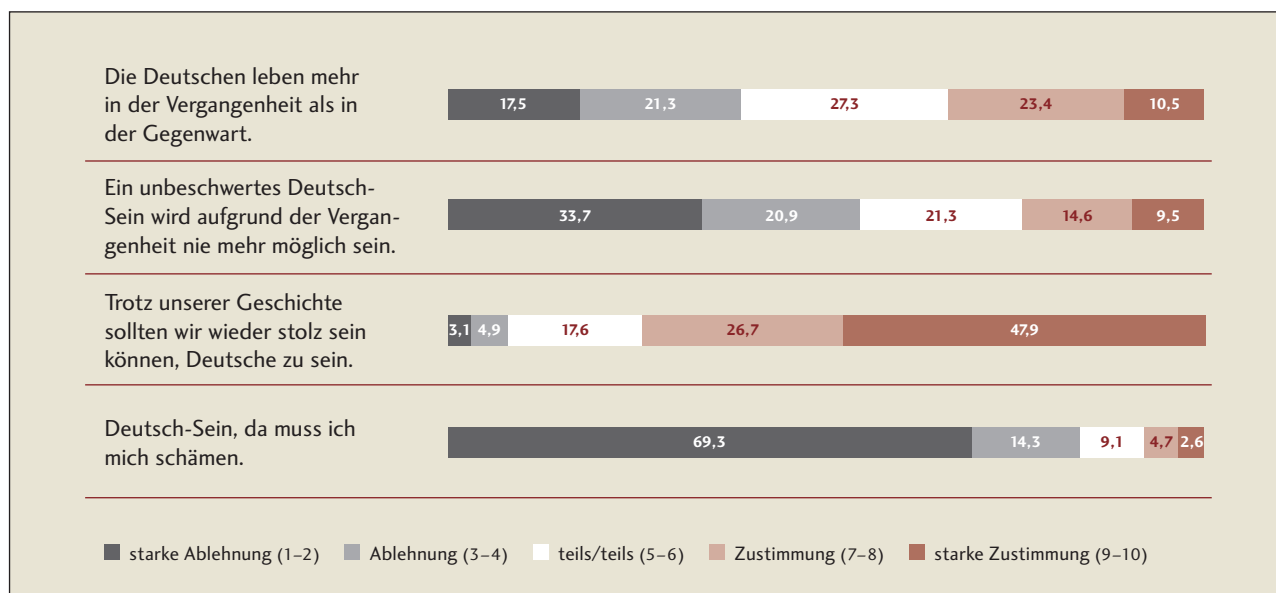
Der bereits diagnostizierte Hang zum Egoismus und eigenen Wohlergehen ist dabei weniger das Resultat einer fehlenden nationalen, das Volk einenden Vision als vielmehr eine Folge des Individualisierungsschubs der Moderne. Während starke Nationen wie Frankreich über Jahrhunderte ihr nationales Selbstverständnis wachsen und gedeihen ließen, weht bei ihnen noch heute selbst über den individualistischsten Bestrebungen die Tricolore. Die Deutschen tun im Prinzip nichts anderes – bis auf dass sie eben lieber andere die Fahne schwenken lassen.

DIE GESCHICHTE STREIFT IHRE OHNMACHT AB: DIE DEUTSCHEN ZWISCHEN VERGANGENHEITS- BEWÄLTIGUNG UND NEUANFANG

DIE DEUTSCHEN KOMMEN IN
DER GEGENWART AN

60 Jahre nach Gründung der Bundesrepublik Deutschland scheinen die Deutschen im Hinblick auf die Bewältigung ihrer historischen Schuld langsam wieder Luft zum Atmen zu finden. Nur noch 33,9 Prozent teilen die Einschätzung⁷⁻¹⁰, dass die Deutschen immer noch mehr in der Vergangenheit als in der Gegenwart leben. 38,8 Prozent sind dagegen eher bis gänzlich¹⁻⁴ der Ansicht, dass dies nicht mehr der Fall ist. 27,3 Prozent sind in dieser Frage noch unentschieden.⁵⁻⁶

Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen?



Nur noch jeder Vierte lehnt ein unbeschwertes Deutsch-Sein ab

Die Gegenwart wird damit zu einem Raum, der neue, unbelastete Perspektiven des Deutsch-Seins eröffnet. So sind nur noch 24,1 Prozent der Bevölkerung der Ansicht, dass ein unbeschwertes Deutsch-Sein aufgrund der Vergangenheit nie mehr möglich sein wird.⁷⁻¹⁰ Eine Mehrheit von 54,6 Prozent distanziert sich von dieser unwiderruflichen Aussicht stark bis sehr stark.¹⁻⁴ Und nur knapp jeder fünfte Deutsche (21,3 Prozent) hat zu dieser schwierigen Selbsteinschätzung keine klare Meinung.⁵⁻⁶

DIE GROSSE MEHRHEIT DER BEVÖLKERUNG MÖCHTE WIEDER STOLZ AUF IHR DEUTSCH-SEIN ARTIKULIEREN

Nationaler Stolz ist kein Tabu mehr

Vor diesem Hintergrund traut sich eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung, wieder den Wunsch nach mehr nationaler Selbstdarstellung zu artikulieren. 74,6 Prozent der Deutschen bejahen die Aussage „Trotz unserer Geschichte sollten wir wieder stolz sein können, Deutsche zu sein“ stark bis sehr stark.⁷⁻¹⁰ Nur 8 Prozent lehnen diese Vorstellung deutlich bis sehr deutlich¹⁻⁴ ab und nur 17,6 Prozent haben dazu keine Meinung.⁵⁻⁶

KNAPP 75 PROZENT ALLER DEUTSCHEN SEHNEN SICH NACH MEHR NATIONALSTOLZ

Analog zu dieser Befindlichkeit sind nur noch 7,3 Prozent der Bevölkerung der Ansicht⁷⁻¹⁰, dass man sich für sein Deutsch-Sein heute noch schämen müsse. Dieses Bekenntnis ist das eindeutigste der gesamten Studie, denn 83,6 Prozent aller Deutschen teilen diese Ansicht mehr oder weniger explizit¹⁻⁴ nicht und nur 9,1 Prozent der Bevölkerung sind in dieser Frage unentschieden.⁵⁻⁶

DEUTSCH-SEIN: KEIN GRUND MEHR ZUM SCHÄMEN

EINE NEUE BAUSTELLE DER
GESCHICHTE: DIE SCHRECKEN
DES DDR-SOZIALISMUS

Auch die DDR-Geschichte will bewältigt werden

So klar die neue deutsche Haltung zur Bürde der nationalsozialistischen Vergangenheit ist, so deutlich wird auch, dass ein weiteres Kapitel deutscher Geschichte noch seiner Bewältigung harret, denn auch 19 Jahre nach der deutsch-deutschen Wiedervereinigung sind die Wunden, die das DDR-Regime im Herzen der wieder zusammenwachsenden geteilten Nation hinterließ, noch nicht verheilt. Und dies ist beileibe kein ausschließlich ostdeutsches Thema, denn 38,6 Prozent der gesamtdeutschen Bevölkerung sind stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ der Ansicht, dass über die Schrecken des DDR-Sozialismus in der Öffentlichkeit mehr gesprochen werden sollte. Nur 36,8 Prozent meinen, dass dies kaum bis gar nicht¹⁻⁴ notwendig sei und 27,3 Prozent haben dazu keine dezidierte Meinung.⁵⁻⁶



DEUTSCHE WÖRTER in der Fremde von Katja Günther, Katharina Konrad

DIE OSTDEUTSCHEN SEHEN WENIGER
BEDARF FÜR EINE BEWÄLTIGUNG
DER DDR-VERGANGENHEIT ALS DIE
WESTDEUTSCHEN

Besonders interessant ist bei dieser Frage, dass die Einwohner der alten Bundesländer hier einen höheren Aufarbeitungsbedarf sehen als die Bürger der ehemaligen DDR selbst. So finden 38,6 Prozent der Westdeutschen, dass mit Blick auf die DDR-Geschichte noch ein gehöriges Maß⁷⁻¹⁰ an Vergangenheitsbewältigung notwendig ist, während diese Ansicht nur 35 Prozent der Ostdeutschen teilen. Unter den Ostdeutschen sind dagegen 41,9 Prozent der Befragten der Ansicht, dass diese Aufarbeitung nicht oder kaum¹⁻⁴ notwendig sei, während dies nur 35,6 Prozent der Westdeutschen denken.

ZWEI DRITTEL DER BEVÖLKERUNG
LEHNEN EINE STÄRKERE
MILITÄRISCHE PRÄSENZ AB

Am Gebot militärischer Neutralität halten die Deutschen fest

Obwohl die Deutschen sich von den Lasten ihrer Geschichte des 20. Jahrhunderts langsam freischwimmen, wollen sie sicher sein, dass von ihrem Boden kein neuer militärischer Übermut ausgeht. Deshalb lehnt mit 62,6 Prozent eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung es nach wie vor deutlich bis strikt¹⁻⁴ ab, dass die Deutschen in der Weltgemeinschaft künftig mehr militärische Verantwortung übernehmen sollten. Lediglich 15,2 Prozent können sich eine größere militärische Präsenz der Bundesrepublik deutlich bis sehr deutlich⁷⁻¹⁰ vorstellen. 22,2 Prozent sind tendenziell unentschieden.⁵⁻⁶

NATIONALE IDENTITÄT IN OST UND WEST: DIE „MAUER IN DEN KÖPFEN“ IST KEINE „MAUER IN DEN HERZEN“

Zwanzig Jahre nach dem Mauerfall ist die Unterscheidung zwischen „Ost“ und „West“ auch bei der Frage nach der nationalen Identität nach wie vor von großem Interesse. Denn die deutsch-deutsche Teilung hat nachhaltig Spuren im kollektiven Gedächtnis beider Bevölkerungsteile hinterlassen und die nationale Identität der Deutschen geprägt. Möglicherweise als Reaktion auf viele unerfüllte Hoffnungen und Erwartungen in den Jahren nach der Wiedervereinigung fokussiert sich die öffentliche Diskussion immer stärker auf ein Phänomen, das unter dem Schlagwort der „Mauer in den Köpfen“ Karriere machte. Die Unterschiede zwischen den „Ossis“ und den „Wessis“ beherrschen nach wie vor die Schlagzeilen. Bei nüchterner Betrachtung stellt sich jedoch die Frage, ob die vielzitierte „Mauer“ die beiden Landesteile tatsächlich voneinander trennt. Verläuft die „Mauer in den Köpfen“ wirklich entlang der ehemaligen innerdeutschen Grenze? Kann man überhaupt noch von einer gemeinsamen nationalen Identität und einer geeinten Nation sprechen oder ist diese Frage eher Ausdruck einer Schimäre?

Um zu überprüfen, ob und inwieweit sich in Folge der deutschen Teilung in Ost und West unterschiedliche Identitätsmuster herausgebildet haben, wurde eine Einteilung in die vier Regionen Nord, Süd, Ost und West vorgenommen, zu denen die Bundesländer folgendermaßen zusammengefasst wurden:

Region Nord: 18,5 Prozent der Bevölkerung
Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen, Berlin (West)

Region Süd: 27,2 Prozent der Bevölkerung
Bayern, Baden-Württemberg

Region Ost: 19,7 Prozent der Bevölkerung
*Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Berlin (Ost),
Thüringen, Sachsen*

Region West: 34,6 Prozent der Bevölkerung
Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Gleiches Nationalgefühl in Ost und West

Zunächst ist festzuhalten: Das Nationalgefühl ist in den neuen und den alten Bundesländern ähnlich stark ausgeprägt. Rund 80 Prozent aller Deutschen gehen in ihrem Deutsch-Sein stark bis sehr stark auf.⁷⁻¹⁰ Hier gibt es keine Mauer der nationalen Identität. Deutsch zu sein, hat in Ost und West dieselbe Tiefenwirkung. Überraschenderweise sind die Unterschiede innerhalb der alten Bundesländer und hier vor allem zwischen Nord und Süd deutlich größer als zwischen neuen und alten Ländern. Von den Norddeutschen fühlen sich 88 Prozent stark bis sehr stark als Deutsche, von den Süddeutschen hingegen nur gut 75 Prozent. Das Verhältnis zur Nation wird interessanterweise in Süddeutschland merklich dosierter wahrgenommen als in Norddeutschland.

IM SÜDEN IST DAS NATIONAL-
GEFÜHL GERINGER AUSGEPRÄGT
ALS IM REST DER REPUBLIK

Ein analoges Ergebnis tritt bei der Frage nach der Wunschnationalität zutage. Am ehesten würden Norddeutsche wieder die deutsche Staatsangehörigkeit wählen, wenn sie die freie Wahl hätten, am häufigsten wünschen sich die Süddeutschen eine andere Nationalität.



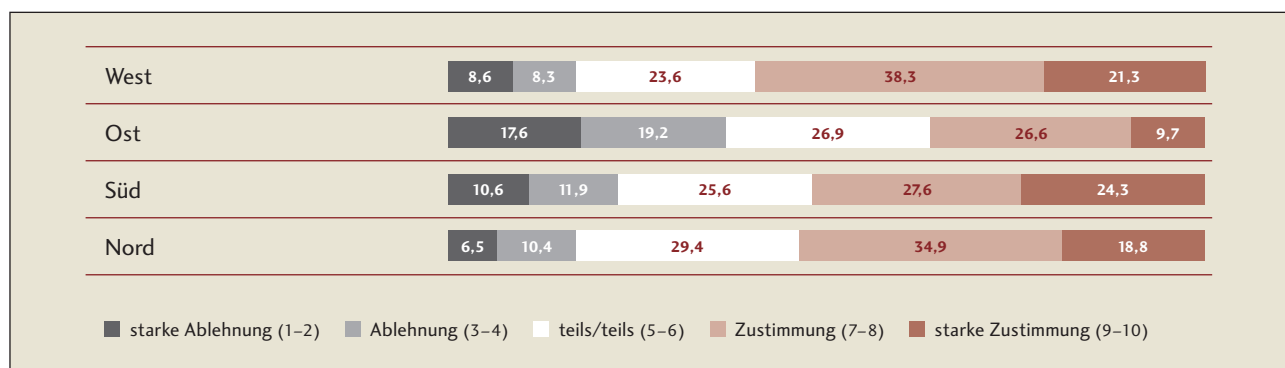
DEUTSCHE ALTÄRE von Sina Jung, Sylvia Skarbek

ZWEI VON DREI DEUTSCHEN
SAGEN MIT DEM HERZEN JA
ZU DEUTSCHLAND UND SCHÄTZEN
DIE DEUTSCHE TRADITION

Deutsch-Sein – eine Frage des Herzens und der Tugenden

Wenn man die Deutschen danach fragt, warum sie sich mit ihrem Land verbunden fühlen, so zeigen sich einerseits erhebliche Unterschiede zwischen neuen und alten Bundesländern, es gibt andererseits aber offensichtlich auch klare Gemeinsamkeiten. Deutsch-Sein ist eine Herzensangelegenheit – in den neuen Bundesländern genauso wie in den alten. Jeweils gut 70 Prozent der Nord-, West- und Ostdeutschen fühlen sich auf der Herzensebene stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ mit Deutschland verbunden, bei den Süddeutschen hingegen nur 65,6 Prozent. Auch die kulturellen Anker nationaler Verbundenheit – als „typisch“ wahrgenommene Tugenden und Charaktereigenschaften, Brauchtum und Tradition – sind von ähnlicher Bedeutung und haben damit in Ost und West gleichermaßen eine identitätsstiftende Wirkung. 65,5 Prozent der Ostdeutschen fühlen sich stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ aufgrund des kulturellen Erbes mit der Nation verbunden, im Westen 64,3 Prozent, im Norden 61,3 Prozent und im Süden 59,7 Prozent.

Ich fühle mich mit Deutschland verbunden, weil in Deutschland alles gut und verlässlich funktioniert.



Deutliche Abweichungen zwischen Ost und West gibt es jedoch bei der Beurteilung auf der kognitiven Ebene. Besonders markant: „Weil alles gut und verlässlich funktioniert“ ist nur für eine Minderheit von 36,3 Prozent der Ostdeutschen ein Grund, sich mit dem eigenen Land verbunden zu fühlen. Für die übrigen Deutschen stiftet jedoch genau diese Funktionsfähigkeit mehrheitlich ein enges Verbundenheitsgefühl (Zustimmungswerte zwischen 54 und 60 Prozent). Aber auch „besondere Leistungen in Wirtschaft, Politik und Sport“ lösen bei den Ostdeutschen seltener ein Verbundenheitsgefühl mit Deutschland aus. Die gegenwärtigen Lebensumstände scheinen den Ostdeutschen eher wenig Anreiz zu geben, sich mit Deutschland auf einer bewussten Ebene zu identifizieren. Deutschland überzeugt die Menschen in den neuen Bundesländern mit seinen staatlichen und institutionellen Leistungen also nur eingeschränkt, auf Ebene des Verstandes ist die Bindung an die Nation kühl kalkuliert und eher dosiert.

NUR JEDER DRITTE OSTDEUTSCHE BERUFT SICH IN SEINEM DEUTSCHSEIN AUF DIE FUNKTIONSFÄHIGKEIT DES GEMEINWESENS

Und dennoch fühlen sich die Ostdeutschen der Nation genauso stark verbunden wie die Bürger in den alten Bundesländern. Die stark ausgeprägten Bedeutungen der herzensmäßigen und der kulturellen Verbundenheit bilden ein stabiles Identifikationsreservoir, das von alltäglichen Enttäuschungserfahrungen (noch) weitgehend unbeeinflusst ist. Die vielzitierte „Mauer in den Köpfen“ zwischen Ost und West ist da, aber sie ist keine „Mauer in den Herzen“.

Nationales und kulturelles Selbstbewusstsein und der Umgang mit der deutschen Geschichte

Nichts unterstreicht den gegenwärtigen Stellenwert eines gemeinsamen Nationalgefühls stärker als der von Ost und West geteilte Anspruch nach einem größeren nationalen Selbstbewusstsein. Knapp jeder vierte Ost-, Süd- und Westdeutsche hat diesbezüglich starke bis sehr starke⁷⁻¹⁰ Wünsche, bei den Süddeutschen gut jeder dritte. Auch im Geschichtsverständnis gibt es Gemeinsamkeiten zwischen Ost und West.

IM HINBLICK AUF DAS NATIONALE SELBSTBEWUSSTSEIN UND DIE VERPFLICHTUNG DES HISTORISCHEN ERBES SIND „OSSIS“ UND „WESSIS“ SICH EINIG



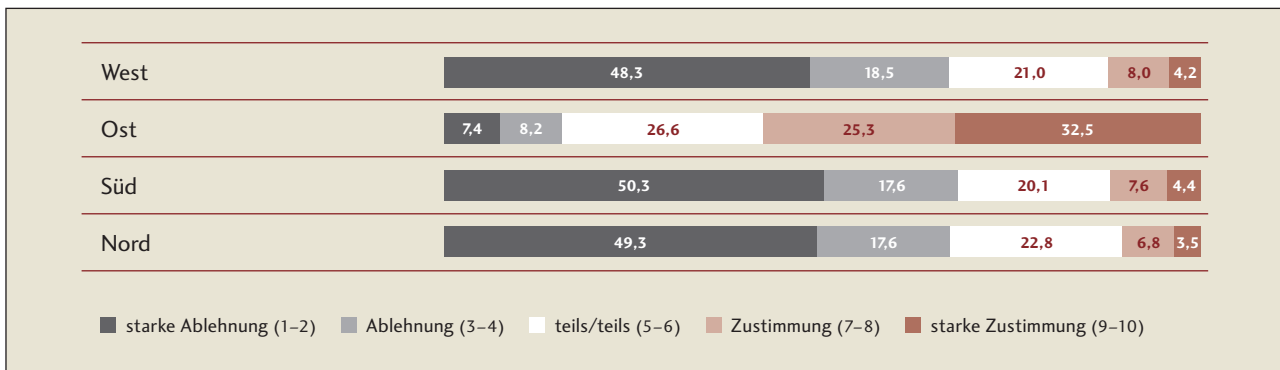
DEUTSCHE DEBATTEN von Tatiana Davidova, Anja Kubitzki

Die Erinnerungen im kollektiven Gedächtnis sind sich ähnlich und es werden dieselben Konsequenzen daraus gezogen, zum Beispiel im Umgang mit der nationalsozialistischen Vergangenheit. Mit nur minimalen regionalen Unterschieden sind 40 bis 50 Prozent der Befragten in besonderem Maße⁷⁻¹⁰ der Ansicht, dass die nationalsozialistische Vergangenheit zu einer besonderen Verantwortung in der Weltgemeinschaft verpflichtet.

WENIGER ALS JEDER VIERTE
OST-DEUTSCHE SCHWENKT
DIE FAHNE ODER SINGT DIE
NATIONALHYMNE

Aber es gibt auch Unterschiede zwischen Ost und West. Deutlich verschieden sind die Ausdrucksformen der nationalen Identität. In den neuen Bundesländern ist die Distanz zu den Symbolen von Hymne und Flagge merklich größer. Nicht einmal jeder vierte Ostdeutsche (22,3 Prozent) verleiht seiner Nationalität gelegentlich selbst durch die Fahne oder das Singen der Hymne Ausdruck.⁷⁻¹⁰ In den alten Bundesländern passiert dies viel häufiger (Norddeutschland: 36,3 Prozent, Westdeutschland: 34,2 Prozent, Süddeutschland: 30,6 Prozent). Wer aus den „Fahnenmeeren“ während der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 auf eine nachhaltige und bundesweite „Entkrampfung“ oder „Normalisierung“ des Verhältnisses zu den nationalen Symbolen geschlossen hat, muss erkennen, dass dies offensichtlich nicht in gleichem Maße für die gesamte Republik gilt.

Die Ideen des DDR-Sozialismus sollten im geeinten Deutschland wieder mehr Berücksichtigung finden.



NUR JEDER SECHSTE OSTDEUTSCHE
HAT SICH VOM SOZIALISMUS WIRKLICH
VERABSCHIEDET

Die deutsch-deutsche Kluft in der nationalen Zukunftsvision

Die Gemeinsamkeiten im Geschichtsverständnis und das klare Bekenntnis zur Zukunft Deutschlands als einer Nation gehen jedoch nicht mit einer einheitlichen Zukunftsvorstellung einher. Die Richtung, in der diese gemeinsame, nationale Zukunft liegen soll, wird in Ost und West völlig unterschiedlich definiert. So ist in den neuen Bundesländern eine große Mehrheit der Bürger der Ansicht, dass die „Ideen des DDR-Sozialismus“ im geeinten Deutschland wieder mehr Berücksichtigung finden sollten.

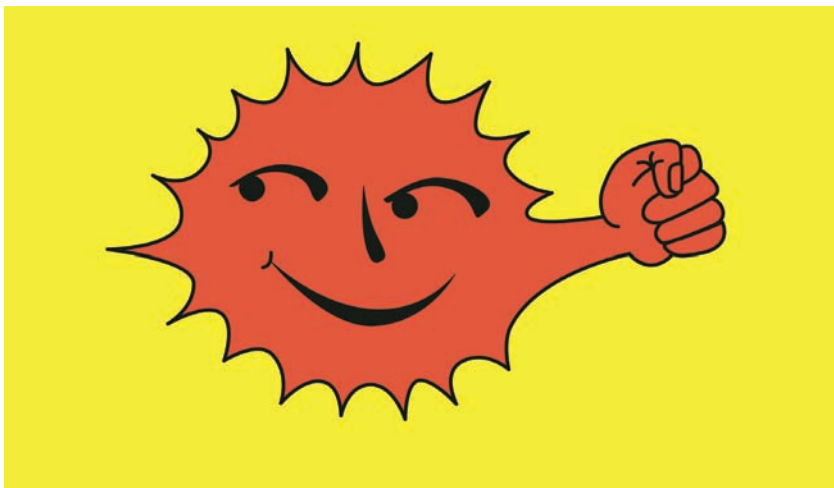
Noch nicht einmal jeder Sechste (15,5 Prozent) spricht sich dagegen aus.¹⁻⁴ In den alten Bundesländern stoßen solche Überlegungen auf tiefe Ablehnung. Über zwei Drittel (67,2 Prozent) der Westdeutschen erteilen den Ideen des DDR-Sozialismus eine klare Absage.⁷⁻¹⁰ Und es zeigt sich auch: Diese verschiedenen Vorstellungen einer wünschenswerten Zukunft sind eindeutig ein historisches Erbe von vier Jahrzehnten deutscher Teilung. Denn die Deutschen in den alten Bundesländern sind sich in der Beurteilung dieser Frage geradezu verblüffend einig.

Man kann die Identitätskluft in dieser Frage auf doppelte Weise interpretieren:

- Die Zugehörigkeit zur DDR und damit deren kollektive Identität ist für die Bürger der ehemaligen DDR ein fester Bestandteil der eigenen Biographie. Würde der DDR-Staat ausschließlich auf seine schlechten Seiten reduziert, so hätte dies bei Teilen der ehemaligen DDR-Bürger eine beschädigte Selbstachtung zur Folge. Eine Einteilung in eine eindeutig schlechte DDR und in eine in jeder (!) Hinsicht überlegene BRD dürfte alleine aus diesem Grund kaum von den Ostdeutschen erwartet werden, und der Versuch einer zumindest stückweisen Legitimation der eigenen Biographie spielt in diesem Ergebnis sicher eine gewisse Rolle.
- Bedeutsamer erscheint hingegen, dass hinter dem in der Frage verwendeten Begriff der „Ideen“ letztlich Vorstellungen des Wünschenswerten stecken, die bis heute die Grundeinstellungen der Ostdeutschen prägen. Insofern ist die unterschiedliche Bewertung dieser Ideen in Ost und West Ausdruck eines tiefliegenden Wertekonfliktes. Offensichtlich existieren in Ost und West gravierend verschiedene Vorstellungen über die Grundlagen und Prinzipien, die die Gesellschaft heute und in Zukunft prägen sollten. Diese These findet in weiteren Detail-Ergebnissen Nahrung.

DDR-HISTORIE ALS BIOGRAPHISCHER ANKER OSTDEUTSCHER IDENTITÄT

IDEENGESCHICHTLICHER WERTE-KONFLIKT ZWISCHEN OST UND WEST



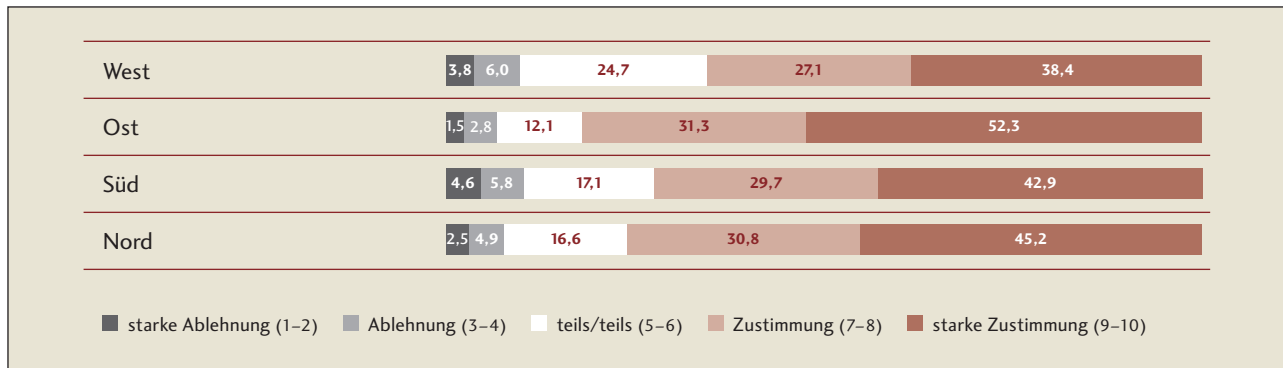
DEUTSCHE WERTE von Tatiana Davidova

Als Kern dieser positiv gedeuteten „Ideen des DDR-Sozialismus“ kristallisiert sich eine Werteordnung heraus, die sich stärker an der Grundidee einer solidarischen Gemeinschaft orientiert – im Gegensatz zu einer auf den Individualismus fokussierten Wertekultur in den alten Bundesländern. Die Zukunftsvorstellungen der Ostdeutschen beruhen auf einer mit einem Wir-Gefühl unterlegten, emotionalen und solidarischen Verbundenheit, die sie der alltäglich erlebten Wertekultur des rationalen Kalküls und des Vertragscharakters von Beziehungen gegenüberstellen. Die Zukunftsvorstellung einer nicht-individualistischen, fraglosen Verbundenheit ist ein zentraler Wert, der die Deutschen in Ost und West trennt.

OSTDEUTSCHE ZEHREN VON EINER FRAGLOSEN VERBUNDENHEIT, WÄHREND IM WESTEN EHER DAS RATIONALE KALKÜL VORHERRSCHT

Ihren Ausdruck findet die stärkere Kollektivorientierung der Ostdeutschen unter anderem in einem außergewöhnlich hohen Wunsch nach einem „stärkeren Wir-Gefühl unter uns Deutschen“. 83,6 Prozent äußern⁷⁻¹⁰ diesen Wunsch im Osten, in den alten Bundesländern tun dies nur zwischen 76 Prozent (Region Nord) und 65,5 Prozent (Region West).

Ich wünsche mir ein stärkeres Wir-Gefühl unter uns Deutschen.



DREI VON VIER OSTDEUTSCHEN
FEHLT DER ZUSAMMENHALT IN
DER DEUTSCHEN GESELLSCHAFT

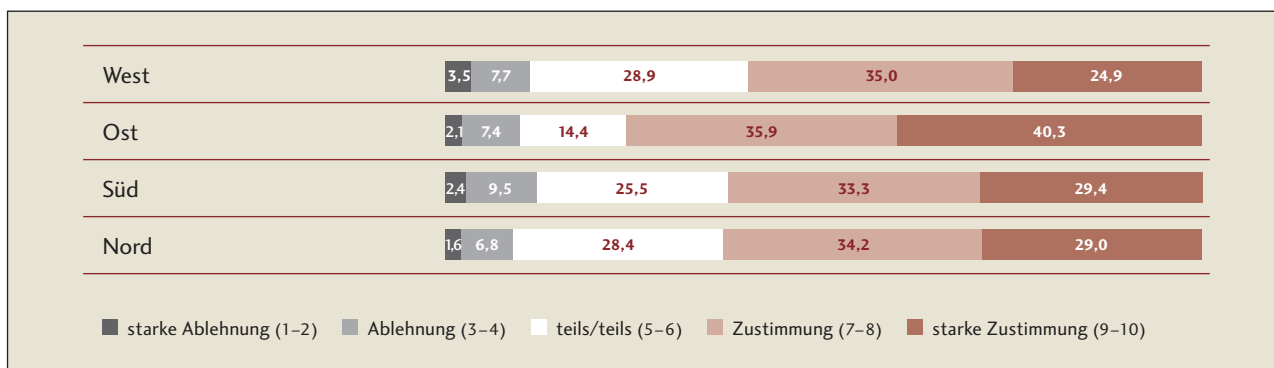
Der innere Zusammenhalt der Deutschen erodiert

In der Realität werden die Erwartungen auf einen größeren inneren Zusammenhalt allerdings kaum eingelöst. Die Folge sind Enttäuschungserfahrungen, die in die Anklage eines überhand nehmenden Egoismus in Deutschland münden. Die Kritik an dieser Mentalität wird von den Bürgern in den alten Bundesländern zwar prinzipiell geteilt, ist dort jedoch weniger intensiv. So beklagen⁷⁻¹⁰ drei Viertel (76,2 Prozent) der Ostdeutschen, dass in Deutschland jeder nur noch für seine eigenen Interessen kämpft. In den alten Bundesländern liegen diese Werte zwischen 63,2 Prozent (Region Nord) und 59,9 Prozent (Region West).

MEHR ALS 40 PROZENT DER
OSTDEUTSCHEN VERFALLEN
AUS ENTTÄUSCHUNG IN
EINEN „ICH ZAHLE STEUERN,
DAS REICHT“-EGOISMUS

Die Reaktion auf diese Enttäuschungserfahrungen im Alltag ist Frustration. Die Bereitschaft zu individuellem Engagement für die Gemeinschaft und die innere Verpflichtung, einen persönlichen Beitrag zur Verwirklichung der solidarischen Gesellschaft zu leisten, sind im Osten nicht größer als in den alten Bundesländern. Im Gegenteil sind in Ostdeutschland sogar mehr Menschen (41,7 Prozent) der Ansicht⁷⁻¹⁰, dass ihre Verpflichtung für das Land mit ihren Steuern abgegolten ist (Nord: 41,1 Prozent, Süd: 39,3 Prozent, West: 36,5 Prozent). Die Kluft zwischen solidarischer Idealvorstellung und dem tatsächlich erlebten Egoismus führt offensichtlich nicht zu verstärktem Engagement, sondern mündet in Resignation und eine Übernahme der eigentlich abgelehnten, egoistischen Handlungspraktiken.

In Deutschland kämpft jeder nur noch für seine eigenen Interessen und sieht sich nicht mehr als Teil eines größeren Ganzen.



Fazit: Die „Mauer in den Köpfen“ ist keine „Mauer in den Herzen“

Die sprichwörtliche „Mauer in den Köpfen“ ist da, und sie verläuft auch eindeutig entlang der alten innerdeutschen Grenze und nicht kreuz und quer durch die Republik. Sie trennt zwei verschiedene Vorstellungen von den Prinzipien und Grundsätzen, an denen sich das gesellschaftliche Zusammenleben in der Zukunft orientieren soll. Ein stärkeres Wir-Gefühl, mehr Engagement für die Gemeinschaft und größere Rücksicht auf die Mitmenschen – der Ruf nach einer Orientierung an Gemeinschaftswerten ist bei den Ostdeutschen lauter und sie verbinden ihn mit dem Wunsch nach Anerkennung, dass die Ideen des Sozialismus nicht (alle) schlecht waren.

IM OSTEN MANIFESTIERT SICH DER STARKE WUNSCH NACH VERBINDLICHER ORIENTIERUNG

Wie hoch die „Mauer“ dieses Wertekonflikts zwischen Ost und West tatsächlich ist, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden. Schließlich zeigt unsere Studie, dass auch im Westen der vage Traum von einer Überwindung der Ellenbogengesellschaft existiert. Unabhängig von der konkreten Ausgestaltung einer „besseren Zukunft“: Einigkeit herrscht in Ost und West schließlich auch in der nur geringen Bereitschaft, einen individuellen Beitrag dazu leisten zu wollen.

PERSÖNLICHES ENGAGEMENT? HIER GEHEN „OSSIS“ UND „WESSIS“ GLEICHERMASSEN AUF DISTANZ



TYPISCH DEUTSCH von Camila Drzymalla, Nadine Janke, Julia Kipermann, Eva Pika

20 Jahre nach dem Mauerfall ist Deutschland nach wie vor gedanklich in zwei Lager geteilt. Der Konflikt entzündet sich an der Frage nach der richtigen Richtung, in der Deutschlands Zukunft liegt. Bemerkenswert ist jedoch, dass es weder in West noch in Ost ernsthafte Zweifel an der Existenz dieser gemeinsamen Zukunft zu geben scheint. Der Wunsch nach einem selbstbewussten und zugleich verantwortungsvollen Deutschland mit einer eigenen, erkennbaren Identität ist in den neuen und in den alten Bundesländern gleich groß. Trotz ihrer Verwurzelung in den Heimatregionen und der Perspektive einer zunehmenden Europäisierung und Globalisierung ist die Nation für die Deutschen kein Auslaufmodell. In allen Landesteilen herrscht eine tiefe gefühlsmäßige und kulturelle Identifikation mit dem Land, wenngleich den Ostdeutschen auf der kognitiven Ebene die „guten Gründe“ fehlen, die die Verbundenheit der Westdeutschen mit dem Land zusätzlich bekräftigen. Die „Mauer in den Köpfen“ ist fast zwanzig Jahre nach Mauerfall und Wiedervereinigung da, aber sie ist keine „Mauer in den Herzen“.

Alle wichtigen Ergebnisse zum Ost-West-Verhältnis im Überblick

- Das **Nationalgefühl** ist in den neuen Bundesländern etwas größer als in den alten. Am stärksten ist es in Norddeutschland, am schwächsten in Süddeutschland.
- Auch bei der **Wunschnationalität** sind die Unterschiede zwischen Nord und Süd am größten.
- Das **Nationalgefühl ihrer Eltern** schätzen die Nord- und die Ostdeutschen ähnlich hoch ein. Deutsche aus dem Süden und dem Westen der Republik vermuten ein etwas geringeres Nationalgefühl bei ihren Eltern.
- Die **Verbundenheit mit dem Land** ist in den neuen Bundesländern in erster Linie kulturell und emotional bedingt – und damit eher eine Herzensangelegenheit. Denn den Ostdeutschen fehlen „die guten Argumente“ – ein verlässliches und gutes Funktionieren des Alltags oder besondere Leistungen in Politik und Wirtschaft –, wegen derer sich die Westdeutschen mit ihrem Land identifizieren. **Die „Mauer in den Köpfen“ ist keine „Mauer in den Herzen“.**
- Das Geschichtsbild der Deutschen ist in zahlreichen Punkten – zum Beispiel dem Umgang mit dem Nationalsozialismus – weitgehend ähnlich. Der Wunsch nach einem neuen **Selbstbewusstsein** der Deutschen und **größerem Nationalstolz** ist in ganz Deutschland gleich groß. Das spricht für eine bundesweit ähnliche Vorstellung von der Zukunft der Nation.
- Andererseits wünschen sich die Ostdeutschen – im klaren Gegensatz zu den Bürgern der alten Bundesländer – **eine stärkere Rückbesinnung auf „die guten Seiten“ des DDR-Sozialismus** in der heutigen Zeit. In den Jahren der deutsch-deutschen Teilung ist ein nach wie vor tief verwurzelter Wertekonflikt entstanden, der heute zu unterschiedlichen Vorstellungen über die Grundlagen und Prinzipien des zukünftigen gesellschaftlichen Zusammenlebens führt.
- Im Kern der gewünschten Wertordnung steht eine **solidarische Verbundenheit**, die mit einem starken Wir-Gefühl unterfüttert ist und mit einer Bereitschaft zum Engagement für die Gemeinschaft einhergeht.

- Die Nicht-Einlösung dieser Solidaritätsansprüche im Alltag führt zu Enttäuschungserfahrungen, die sich in der **Anklage eines allgegenwärtigen Egoismus** niederschlagen, die in Ostdeutschland wesentlich deutlicher formuliert wird als in den übrigen Regionen.
- Die Ostdeutschen stehen der **Nationalflagge** als Ausdruck kollektiver Identität deutlich kritischer gegenüber als die Menschen in den alten Bundesländern. Dennoch teilen sie mit ihren Landsleuten den Wunsch nach einer positiveren Darstellung des Deutsch-Seins.
- Den Ost- und den Süddeutschen ist ihre **Heimatregion** jeweils wichtiger als die Nation, im Norden und Westen der Republik ist das Bekenntnis zur Region deutlich weniger ausgeprägt.
- Auch im Zeitalter der **Globalisierung** halten die Deutschen aus allen Regionen des Landes die Nationalstaaten mehrheitlich für unverzichtbar.
- Eine Mehrheit der Nord-, Süd- und Ostdeutschen befürchtet eine **Erosion der nationalen Identität** in Folge wachsender Zuwanderung. Nur die Menschen im Westen des Landes äußern diese Sorge deutlich seltener.

DIE WURZELN DEUTSCHER IDENTITÄT: VIER PROTOTYPEN DES GELEBTEN DEUTSCH-SEINS

Bei allem Hang zum Pluralismus folgt die Identität der Deutschen bestimmten übergreifenden Mustern, aus deren unterschiedlicher Gewichtung sich klar abgrenzbare Prototypen gelebter deutscher Identität ergeben. Während die ursprünglichen sieben Typen des Deutsch-Seins der ersten tiefenpsychologischen Erhebung einer großen Bandbreite an Befindlichkeitslagen zur deutschen Identität Ausdruck verliehen, konnten in der statistischen Analyse der Repräsentativerhebung die Kernelemente der für das Deutsch-Sein typischen Faktoren herausgearbeitet werden. Sie stellen die grundlegenden Quellen der Verbundenheit mit der deutschen Identität dar und sind als wesentliche Identitätsressourcen in einem Koordinatensystem aus drei Hauptverbundenheitsfaktoren angesiedelt. Die Identifikation der Deutschen mit ihrem Deutsch-Sein erfolgt dabei im wesentlichen über eine kognitive, kulturelle und affektiv-emotionale Verbundenheit.

DEUTSCH-SEIN MANIFESTIERT SICH IN EINEM RASTER AUS KOGNITIVER, KULTURELLER UND AFFEKTIV-EMOTIONALER VERBUNDENHEIT

Identifikation auf einer kognitiven Ebene (Kopfebene)

Die Bindung an die Nation ist auf dieser Ebene das Ergebnis eines gedanklichen Abwägungsprozesses. Identifikation mit der Nation entsteht dann, wenn es „gute Gründe“ gibt, die aus Sicht des Einzelnen für Deutschland sprechen. Dazu zählen vor allem die Leistungen und Errungenschaften, die ein gutes Leben im Alltag ermöglichen. Daneben spielt die Funktionsfähigkeit des Staates und seiner Institutionen genauso eine Rolle wie besondere historische Leistungen. In der Studie wurde die kognitive Ebene der Identifikation über die Zustimmung zu zwei Aussagen abgefragt. „Ich fühle mich mit Deutschland verbunden, ...

„GUTE GRÜNDE“ FÜR DAS DEUTSCH-SEIN

- weil in Deutschland alles gut und verlässlich funktioniert.
- weil Deutschland in Politik, Wirtschaft und Sport besonderes geleistet hat.“

Der Grad der kognitiven Verbundenheit jedes Befragten ergibt sich zusammengefasst aus den Meinungen zu beiden Aussagen.

BERUFUNG AUF „SELBSTVERSTÄND-
LICHE“ PRINZIPIEN UND WERTE,
DIE DAS DEUTSCH-SEIN AUSMACHEN

Identifikation auf einer kulturellen Ebene

Eine weitere Quelle der Bindung bildet die Sozialisation in ein kulturelles Geflecht aus Werten, Normen und Institutionen. Das Umfeld, in dem man lebt, erscheint als ein Netz von Selbstverständlichkeiten, an denen man sich orientiert und die ein Gefühl von Vertrautheit schaffen. Obwohl sich moderne Gesellschaften gerade durch die Vielfalt der Lebensentwürfe, persönlichen Werthaltungen, Einstellungen und Meinungen auszeichnen, existiert dennoch auf kultureller Ebene eine gewisse Vorstellung von Gemeinsamkeiten in Bezug auf „selbstverständliche“ Prinzipien und Werte. Die Wahrnehmung kultureller Verbundenheit der Deutschen mit ihren Landsleuten wurde ebenfalls in zwei Merkmalen abgefragt. „Ich fühle mich mit Deutschland verbunden, ...

- weil ich die deutsche Tradition und das Brauchtum schätze.
- weil ich die deutschen Tugenden und Charaktereigenschaften schätze.“



DEUTSCHE FRAGEN von Camila Drzymalla, Nadine Janke, Julia Kipermann, Eva Pika

DEUTSCH-SEIN ALS
HERZENSANGELEGENHEIT

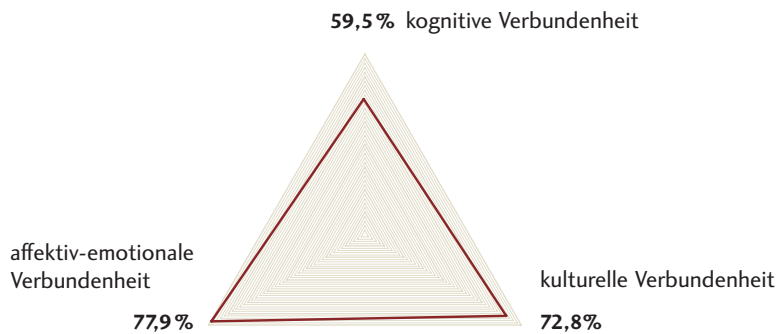
Identifikation auf einer affektiv-emotionalen Ebene (Herzebene)

Schließlich können Verbundenheitsgefühle auf einer nicht weiter erklärba- ren, affektiv-emotionalen Ebene entstehen. Zugehörigkeitsgefühle brauchen nicht zwingend „gute Gründe“ oder eine Idee von kultureller Gemeinsamkeit. Die Bindung an das eigene Land als eine Angelegenheit des Herzens wurde in der Studie über die Zustimmung zu einer Aussage erfasst. „Ich fühle mich mit Deutschland verbunden, ...

- weil mein Herz an Deutschland hängt.“

Die drei Quellen der Identifikation haben in Deutschland eine unterschiedliche Bedeutung. Für die meisten Deutschen ist die Bindung an das Land eine Herzensangelegenheit. Über drei Viertel der Deutschen (77,9 Prozent) sagen, dass ihr Herz an Deutschland hängt.

Von ähnlich hoher Bedeutung ist die kulturelle Bindung. 72,8 Prozent der Deutschen fühlen sich aufgrund von Tugenden und Tradition mit Deutschland verbunden. Deutlich weniger wichtig sind hingegen die „guten Argumente“, die zu einer Bindung aus Vernunft führen. Nur 59,5 Prozent der Deutschen nennen kognitive bzw. rationale Gründe für ihre Verbundenheit mit dem Land.

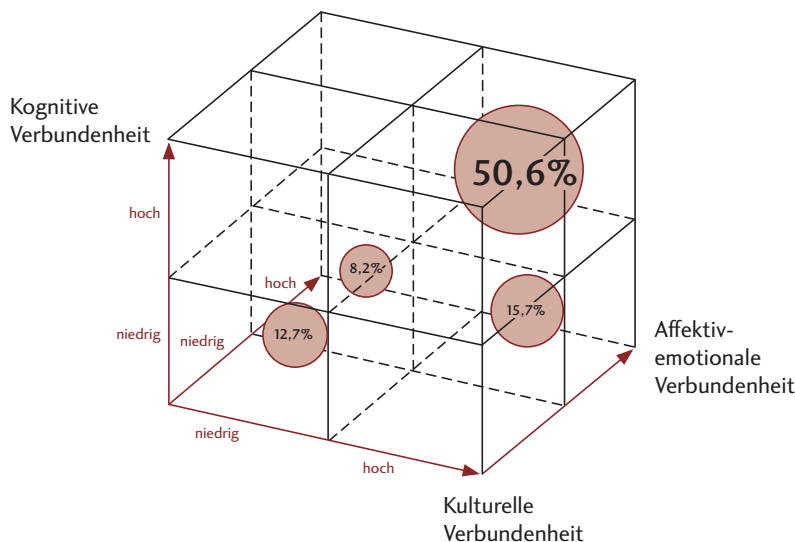


Die Koordinaten deutscher Identität

Unterteilt man die Deutschen in Gruppen – in Abhängigkeit davon, wie wichtig für den Einzelnen jede der drei Identitätsquellen ist –, so lassen sich verschiedene Typen bilden. Von diesen möglichen Typologien sind vier besonders wichtig: Sieben von acht Deutschen (87,2 Prozent) gehören diesen vier großen Gruppen an.

Das erstaunlichste Ergebnis dabei: Nur ein verschwindend geringer Teil der Deutschen identifiziert sich auf einer rein kognitiven Ebene mit Deutschland. Den reinen „Kopf-Deutschen“ gibt es kaum, lediglich 2,9 Prozent zählen zu dieser Gruppe. Die Vermutung, dass die Deutschen ein durch und durch rationales und funktionales Verhältnis zu ihrem Staat haben, ist offensichtlich ein Trugschluss. Kulturelle und emotionale Facetten bilden das Fundament der Bindung, kognitive Aspekte wirken höchstens als zusätzliche Identitätsstifter.

TYPISCH DEUTSCHER RATIONALISMUS?
EIN TRUGSCHLUSS: NUR 2,9 PROZENT DER BEVÖLKERUNG SIND REINE „KOPF-DEUTSCHE“



In Abhängigkeit von den jeweiligen Identitätsquellen lässt sich die große Mehrheit der Deutschen in vier Idealtypen einteilen:

- **die distanzierten Deutschen/Distanz-Deutsche:** Weder emotionale noch kulturelle oder kognitive Aspekte führen bei ihnen zu einem Verbundenheitsgefühl mit Deutschland. Jeder achte Deutsche (12,8 Prozent) gehört dieser Gruppe an.
- **die emotionalen Deutschen/Herz-Deutsche:** Ihr Herz schlägt für Deutschland – „einfach so“, denn kulturelle Vertrautheit oder eine kühle Kosten-Nutzen-Kalkulation auf kognitiver Ebene haben für sie keine große Bedeutung. 8,2 Prozent der Deutschen gehören zu diesem Typ.
- **die kulturellen Deutschen/Kultur-Deutsche:** Deutsch-Sein ist bei diesem Typ mehr als nur ein vages Gefühl. Zwar ist Deutschland auch für diese Deutschen eine Herzensangelegenheit, aber sie schätzen auch die kulturelle Vertrautheit, die ihnen Land und Leute geben. Dieser Typ ist mit 15,7 Prozent der zweithäufigste in der deutschen Bevölkerung.
- **die geistig verwurzelten Deutschen/Grund-Deutsche:** Diese Deutschen sind auf allen drei Ebenen mit ihrer Nation verbunden. Sie fühlen sich fest im kulturellen Orientierungsrahmen ihres Heimatlandes verankert, sie schätzen aber auch die guten Lebensbedingungen in Deutschland und die Leistungsfähigkeit von Land und Leuten. Dieser Typ ist mit Abstand am weitesten verbreitet – jeder zweite Deutsche (50,6 Prozent) zählt dazu.

Anteil an der deutschen Bevölkerung

12,7%

8,2%

15,7%

50,6%

	Distanz-Deutsche	Herz-Deutsche	Kultur-Deutsche	Grund-Deutsche
Kognitive Verbundenheit	niedrig	niedrig	niedrig	hoch
Kulturelle Verbundenheit	niedrig	niedrig	hoch	hoch
Affektiv-emotionale Verbundenheit	niedrig	hoch	hoch	hoch

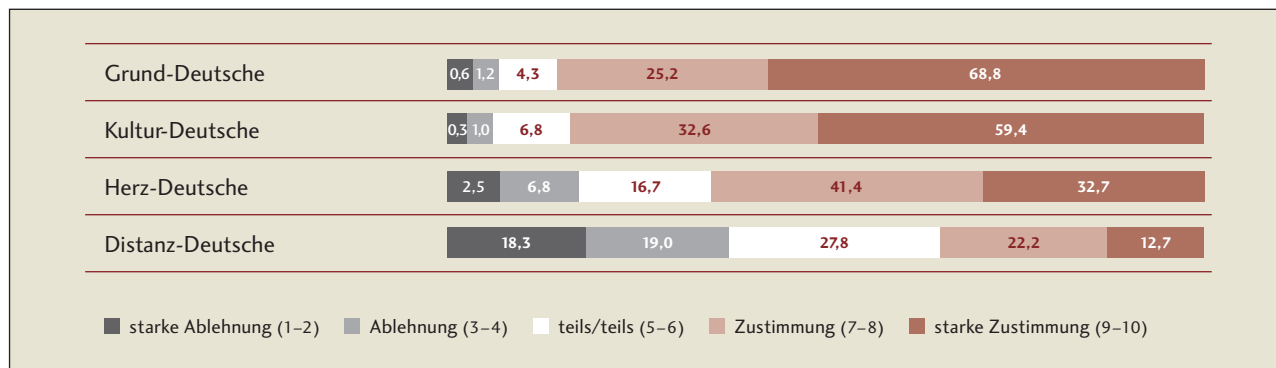
Je mehr Ebenen die Verbundenheit mit dem Land umfasst, desto intensiver ist die Bindung an die Nation. 94 Prozent der Grund-Deutschen geben an, dass sie sich stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ mit ihrem Deutsch-Sein identifizieren, bei den Kultur-Deutschen sind es 92 Prozent. Die Herz-Deutschen, deren Verbundenheit nur auf emotionaler Ebene besteht, fühlen sich bereits merklich weniger stark als Deutsche – hier weisen nur 74,1 Prozent eine starke bis sehr starke Bindung an ihr Vaterland auf. Bei den Distanz-Deutschen sind es gerade einmal 34,9 Prozent. Sie sehen sich mehrheitlich nicht als Deutsche und wenn doch, dann ohne innere Bindung an die Nation.

Emotionen sind ein geringer Treuefaktor

Ein ähnliches Bild ergibt sich auch bei der Frage nach einer frei wählbaren Wunschnationalität. Während die Distanz-Deutschen überwiegend eine andere Nationalität bevorzugen würden (nur 15,5 Prozent würden sich mit sehr großer⁹⁻¹⁰ Sicherheit wieder für die deutsche Staatsbürgerschaft entscheiden), be- kennen sich die drei übrigen Typen in ihrer Entscheidung klar zu ihrer Heimat.

NUR JEDER SIEBTE DISTANZ-DEUTSCHE WÜRDTE WIEDER DIE DEUTSCHE STAATSBÜRGERSCHAFT WÄHLEN

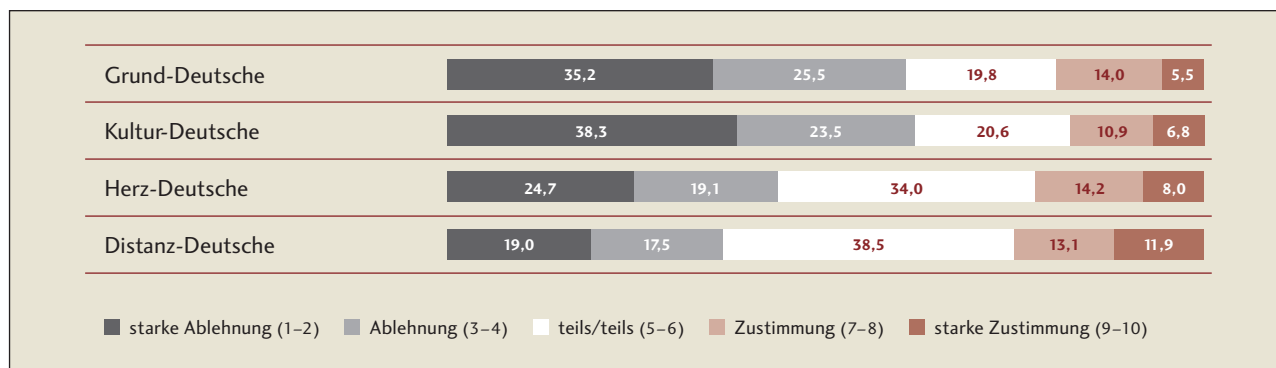
Wie sehr fühlen Sie sich als Deutsche/r?



Offenbar übt die kulturelle Verankerung eine deutlich höhere Sogkraft auf die Verbundenheit mit Deutschland aus als ein rein emotionales Verhältnis zum Land. Denn in der Gruppe der Herz-Deutschen sind sich nur 34,6 Prozent sicher, auf jeden Fall⁹⁻¹⁰ wieder die deutsche Staatsangehörigkeit zu wählen, während es bei den Kultur-Deutschen ganze 60,1 Prozent sind. Die übrigen Befragten stehen Alternativen aufgeschlossen gegenüber oder würden sie sogar bevorzugen. Die Liebe zum eigenen Land erscheint vor diesem Hintergrund eher aus dem Bauch heraus zu kommen, als dass sie eine unbedingte und enttäuschungsfeste Liaison ist. Die kulturelle Sozialisation stellt sich als besonders starker Identitätsklebstoff heraus, der die Bindung der Deutschen an ihr Land trotz des Vergleichs mit alternativen Staatsangehörigkeiten festigt. Spitzenreiter in ihrer Bindung an die Nation sind die Grund-Deutschen. Von ihnen würden 76,2 Prozent wieder mit sehr großer Wahrscheinlichkeit die deutsche Staatsbürgerschaft anstreben, wenn sie die Wahl hätten.

EIN DRITTEL DER HERZ-DEUTSCHEN STEHT ZUM DEUTSCHEN PASS, BEI DEN GRUND-DEUTSCHEN SOGAR ZWEI DRITTEL

Ein Nationalgefühl ist im Zuge der Globalisierung und des Zusammenwachsens der Europäischen Union nicht mehr zeitgemäß.



FÜR MEHR ALS 60 PROZENT DER KULTUR- UND DER GRUND-DEUTSCHEN IST DIE NATION KEIN AUSLAUFMODELL

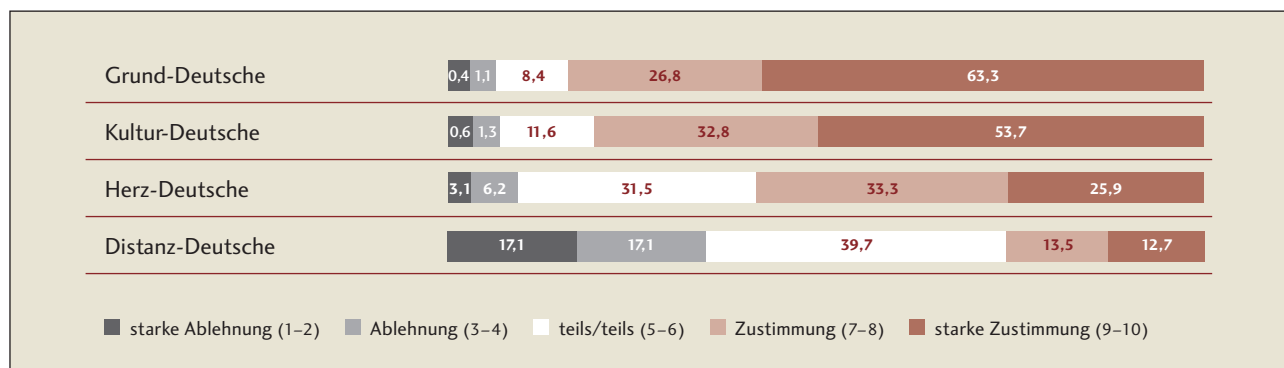
Auch eine europäische oder globale Alternative übt auf diese beiden Typen nur eine sehr geringe Anziehungskraft aus. Von den Kultur-Deutschen und den Grund-Deutschen, die zusammen 66,3 Prozent der Gesamtbevölkerung ausmachen, sind jeweils gut 60 Prozent der Ansicht⁷⁻¹⁰, dass die Nation kein Auslaufmodell ist. Bei den Herz-Deutschen und den Distanz-Deutschen ist die Einschätzung, dass im Zuge der Globalisierung und des Zusammenwachsens der Europäischen Union ein Nationalgefühl nicht mehr zeitgemäß sei, weit häufiger vertreten. Knapp 45 Prozent der Herz-Deutschen und 36,5 Prozent der Distanz-Deutschen halten an der Nation fest.

Der Wunsch nach neuem Selbstbewusstsein und die Verantwortung für die Geschichte

VOR ALLEM DIE GRUND- UND KULTUR-DEUTSCHEN WÜNSCHEN SICH MEHR NATIONALES SELBSTBEWUSSTSEIN

Die vier Typen ziehen aus der Geschichte unterschiedliche Konsequenzen – und kommen dadurch auch zu unterschiedlichen Zukunftsperspektiven für die deutsche Identität. Vor allem die Grund-Deutschen und die Kultur-Deutschen wünschen sich eine nationale Identität, die stärker von Selbstbewusstsein geprägt ist. 87,1 Prozent der Grund-Deutschen und 79,6 Prozent der Kultur-Deutschen teilen diese Auffassung stark bis sehr stark.⁷⁻¹⁰ Bei den Herz-Deutschen sind es hingegen nur 55,6 Prozent, bei den Distanz-Deutschen sogar nur 35,4 Prozent.

Trotz unserer Geschichte sollten wir wieder stolz sein können, Deutsche zu sein.



NEUN VON ZEHN GRUND-DEUTSCHEN WOLLEN TROTZ DER GESCHICHTE WIEDER STOLZ SEIN KÖNNEN, DEUTSCHE ZU SEIN

Analog zu diesem Wunsch positionieren sich die einzelnen Typen auch im Hinblick auf die Frage, ob die historische Bürde der Deutschen einem größeren Nationalstolz entgegensteht. 90,1 Prozent der Grund-Deutschen stimmen der Aussage „Trotz unserer Geschichte sollten wir wieder stolz sein können, Deutsche zu sein“ stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ zu, bei den Kultur-Deutschen 86,5 Prozent. Bei den Herz-Deutschen sind es hingegen nur 59,2 Prozent und bei den Distanz-Deutschen, die dieser Einschätzung mehrheitlich ablehnend gegenüberstehen, sogar nur 26,2 Prozent. Diese Befunde korrespondieren mit den Aussagen über das persönliche Empfinden von Schamgefühlen über die eigene Nationalität.

Je näher sich die Deutschen ihrer nationalen Identität fühlen, umso weniger sehen sie im Deutsch-Sein einen Makel – wahrscheinlich nicht zuletzt deshalb, weil sie der historischen Bürde der Geschichte zwar große Bedeutung beimessen, aber eben auch auf sehr vitale Weise mit den positiven Aspekten deutscher Identität verbunden sind. Die Aussage „Deutsch-Sein, da muss ich mich schämen“ stößt demzufolge bei 90,6 Prozent der Kultur-Deutschen, bei 89 Prozent der Grund-Deutschen und bei 78,6 Prozent der Herz-Deutschen auf starke bis sehr starke⁷⁻¹⁰ Ablehnung.

Lediglich bei den Distanz-Deutschen fällt diese Ablehnung mit 63,5 Prozent etwas geringer aus. So wirft die Frage der Scham im Selbstverständnis der Deutschen ein Schlaglicht auf die Distanz-Deutschen und die Ursachen ihrer Zurückhaltung gegenüber der Nation. Dieser Prototyp umfasst offensichtlich auch diejenigen Deutschen, die aufgrund der nationalsozialistischen Vergangenheit Schuld- und Schamgefühle hegen und sich deshalb aus innerer Überzeugung von Deutschland als Identitätsraum tendenziell abwenden. Allerdings gibt es unter den Distanz-Deutschen offensichtlich auch solche Deutsche, die weder persönliche Scham empfinden noch eine besondere historische Verantwortung Deutschlands anerkennen. Ihre Distanz zu einem tiefer verankerten Nationalgefühl muss noch weitere Gründe haben.

SCHAM IST VOR ALLEM EIN THEMA DER DISTANZ-DEUTSCHEN

Es ist der Charakter der Deutschen, dass sie über allem schwer werden, dass alles über ihnen schwer wird.

Johann Wolfgang von Goethe

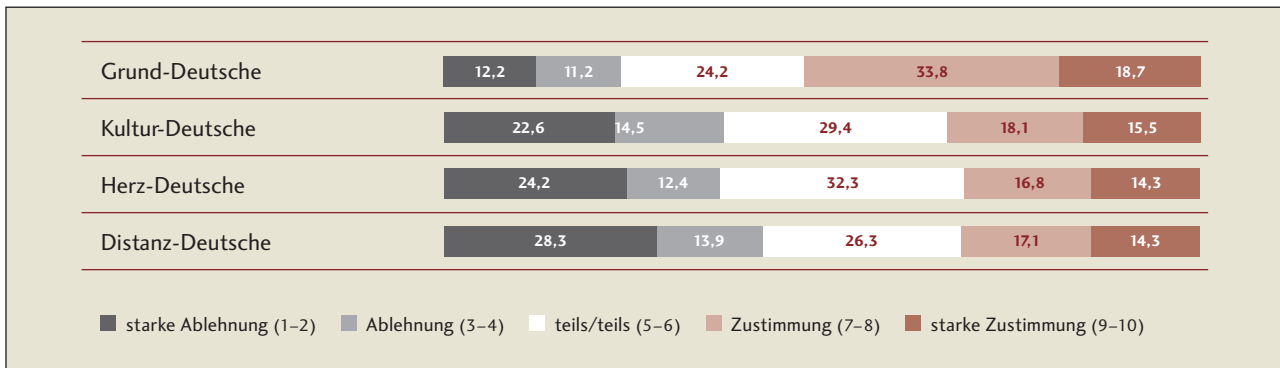
DEUTSCHES STAMMBUCH von Shorena Baliashvili, Gudrun Gehlhaar, Ninetta Orfgen

Verantwortung für die Weltgemeinschaft

Ein überraschendes Ergebnis der Studie ist der Befund, dass von knapp der Hälfte der Deutschen eine besondere Verantwortung für die Weltgemeinschaft aufgrund der nationalsozialistischen Vergangenheit nicht wahrgenommen wird. Bemerkenswert ist hier vor allem, dass nicht nur die Distanz-Deutschen die kollektive Verantwortung mehrheitlich ablehnen, sondern auch die Herz-Deutschen und Kultur-Deutschen. Lediglich rund ein Drittel der diesen Typen zugehörigen Deutschen ist in besonderem Maße⁷⁻¹⁰ der Meinung, dass die nationalsozialistische Vergangenheit auch in der Gegenwart immer noch eine besondere Verantwortung nach sich zieht.

MEHR ALS DIE HÄLFTE DER GRUND-DEUTSCHEN GEHT OFFENSIV MIT DER HISTORISCHEN VERANTWORTUNG UM

Aufgrund der nationalsozialistischen Vergangenheit haben die Deutschen eine besondere Verantwortung in der Weltgemeinschaft.



Ihre Vorstellung vom Selbstbild der Nation geht also nur eingeschränkt mit einer Anerkennung aller Identitätsfacetten – der guten wie der schlechten – einher. Darin unterscheiden sie sich signifikant von den Grund-Deutschen. Dieser Typ – der die Hälfte der deutschen Bevölkerung repräsentiert –, verbindet am stärksten eine positive Zukunftsvorstellung der deutschen Identität mit der Sensibilität für die spezifischen Probleme und Herausforderungen, die aus der Vergangenheit erwachsen sind. 52,5 Prozent der Grund-Deutschen wollen sich demzufolge dieser historisch vermittelten Verantwortung stellen.

Die Bedeutung der Auseinandersetzung mit der deutschen Geschichte formulieren die Grund-Deutschen auch im Kontext des DDR-Sozialismus. Ihrer Auffassung nach gehört die Auseinandersetzung damit zu den notwendigen Identitätsfacetten des Deutsch-Seins. Mit 45,9 Prozent⁷⁻¹⁰ äußert dieser Typus den größten Bedarf an einer konstruktiven Vergangenheitsbewältigung, die die ostdeutsche Historie einbezieht.

Die Folgen der Migration für die deutsche Identität

Eine intensive kulturelle Verbundenheit mit der Nation geht für die Deutschen mit einer durchweg kritischen Bewertung von Migration einher. Sowohl die Kultur-Deutschen (59,9 Prozent) als auch die Grund-Deutschen (55,2 Prozent) fürchten in besonderem Maße⁷⁻¹⁰ um die deutsche Identität angesichts wachsender Zuwanderung. Bei den Herz-Deutschen sind es 42,8 Prozent, bei den Distanz-Deutschen hingegen nur 38,1 Prozent.

Der Wunsch nach einem stärkeren Wir-Gefühl

Die Deutschen sind sich einig in ihrem Wunsch nach einem stärkeren Wir-Gefühl. Es gibt offenbar eine Sehnsucht nach Zusammengehörigkeit auf nationaler Ebene. Kultur-Deutsche (78,7 Prozent) und Grund-Deutsche (85,4 Prozent) äußern diesen Wunsch am stärksten⁷⁻¹⁰ und auch unter den Herz-Deutschen (64,6 Prozent) ist er sehr stark verbreitet. Überraschend ist, dass sogar die Distanz-Deutschen (39,8 Prozent) einem ausgeprägteren Gemeinschaftsdenken sehr nahe stehen. Distanz zur Nation geht also keineswegs mit einer generellen Abwertung von Kollektivorientierungen – auch im vorhandenen nationalen Rahmen – einher.

DIE MEHRHEIT DER DEUTSCHEN FÜRCHTET IM ANGESICHT DER MIGRATION UM IHRE DEUTSCHE IDENTITÄT

MEHR GEMEINSCHAFT? SELBST KNAPP 40 PROZENT DER DISTANZ-DEUTSCHEN WÜNSCHEN SICH EIN STÄRKERES DEUTSCHES WIR-GEFÜHL

Party-Patriotismus oder Verpflichtungsethik? Der Untertypus des patriotischen Grund-Deutschen

Man erinnert sich noch heute an die Diskussion, die sich während und nach der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland entsponnen hatte: ob die Deutschen zu einem Volk der Fahnen schwenkenden „Party-Patrioten“ geworden seien. Nähere Aufschlüsse lassen sich anhand der Frage gewinnen, ob die Deutschen sich für ihr Land engagieren würden und ob sie sogar eine Idee von Verpflichtung gegenüber der Nation und dem Gemeinwesen hegen.

JEDER FÜNFTEN DEUTSCHE FOLGT
EINER TIEFEN VERPFLICHTUNGSETHIK



TYPISCH DEUTSCH von Camila Drzymalla, Nadine Janke, Julia Kipermann, Eva Pika

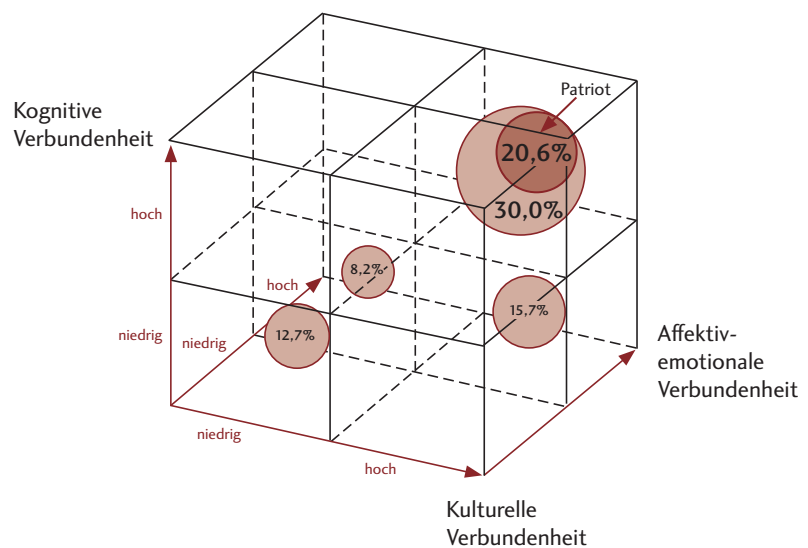
Nationale Identität kann in diesem Sinne unterschiedliche Qualitäten haben. Überspitzt formuliert: Es ist etwas anderes, bei einem Sport-Event die Fahne zu schwenken und das Nationalteam zu feiern, als für sein Land in den Krieg zu ziehen. Im einen Fall streift man mit dem Trikot die nationale Identität zu besonderen, außeralltäglichen Patriotismus-Partys über – und legt sie nach dem Spiel genauso schnell wieder ab. Im anderen Fall entspringt die Bereitschaft, auch persönliche Opfer zu bringen, einer tiefen inneren Überzeugung.

Doch wo zwischen diesen beiden Extrempolen stehen die Deutschen heute? Welche gestaltende Kraft entfaltet die nationale Identität? Führt eine besonders intensive Bindung, die sich aus kognitiven, emotionalen und kulturellen Quellen speist, zu einer Verpflichtungsethik und stärkerem Einsatz für die Nation oder bleibt sie eine folgenlose Feuerstelle des „Ohne mich“? Beide Facetten – freiwilliges Engagement einerseits, ein Verpflichtungsempfinden und damit innere Überzeugung andererseits – wurden im Fragebogen mit zwei Aussagen erfasst:

- „Ich engagiere mich gerne für mein Vaterland.“
- „Ich fühle mich verpflichtet, meinem Land etwas zurückzugeben, zum Beispiel durch ehrenamtliches Engagement.“

Die empirischen Befunde sind überraschend: Fast 80 Prozent der Deutschen hegen nur eine sehr dosierte Verpflichtungshaltung gegenüber ihrem Land. Auch die starke Identitätsbindung der Grund-Deutschen geht keineswegs mit einem gemeinsamen starken inneren Verpflichtungsgefühl gegenüber ihrem Land einher. Nur eine Minderheit – zwei von fünf Grund-Deutschen – engagiert sich gern für ihr Vaterland und fühlt sich verpflichtet, etwas zurückzugeben.

So wie der Distanz-Deutsche, der Herz-Deutsche und Kultur-Deutsche bringt auch die Mehrheit der Grund-Deutschen ihre nationale Identität nicht über konkretes Engagement oder Handeln aus innerer Verpflichtung zum Ausdruck. Daher empfiehlt es sich, die bisher entwickelten vier Prototypen um einen fünften Idealtyp zu erweitern: die „patriotischen Grund-Deutschen“. Mit dem bisherigen Grund-Deutschen ist dem patriotischen Idealtypus die intensive Bindung auf emotionaler, kognitiver und kultureller Ebene mit der Nation gemeinsam. Vom Grund-Deutschen unterscheidet ihn allerdings seine innere Verpflichtung, einen Beitrag zum Wohl von Land und Leuten zu leisten. Zu den patriotischen Grund-Deutschen zählt jeder fünfte Deutsche (20,6 Prozent).



ZWEI DRITTEL DER PATRIOTISCHEN GRUND-DEUTSCHEN WOLLEN IHREM LAND ETWAS ZURÜCK GEBEN, UNTER DEN ÜBRIGEN GRUND-DEUTSCHEN NUR JEDER ZEHNTE

Der Untertyp des patriotischen Grund-Deutschen verdeutlicht, dass innerhalb der Gruppe von Deutschen, die auf allen drei Ebenen der Verbundenheit eine hohe Affinität zum Deutsch-Sein aufweisen, eine deutliche Differenzierung zutage tritt, die unterschiedliche Tiefen des Bekenntnisses markiert. So fühlen sich 71,4 Prozent der patriotischen Grund-Deutschen stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ verpflichtet, ihrem Land etwas zurückzugeben, während es bei den übrigen Grund-Deutschen lediglich 9,7 Prozent sind.

Die patriotischen Grund-Deutschen stehen auch der Fahne als Symbol der nationalen Identität signifikant positiver gegenüber (86,6 Prozent versus 64,3 Prozent⁷⁻¹⁰). Während die Aussage „Ich zahle Steuern, das reicht“ bei lediglich jedem vierten patriotischen Grund-Deutschen auf starke bis sehr starke Zustimmung⁷⁻¹⁰ stößt, sind es bei den übrigen Grund-Deutschen 39,2 Prozent. Fragt man nach der Bereitschaft, das eigene Leben für das Vaterland einzusetzen, fällt der Unterschied noch größer aus. 38 Prozent der patriotischen Grund-Deutschen wären hierzu bereit⁷⁻¹⁰, während es bei den übrigen Grund-Deutschen lediglich 10,2 Prozent sind. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch, wenn es darum geht, seinen Landsleuten in Notsituationen zur Seite zu stehen.

Mehr als doppelt so viele patriotische Grund-Deutsche (64,7 Prozent) würden anderen Deutschen im Falle einer Naturkatastrophe helfen und dafür ihren Urlaub opfern, bei den übrigen Grund-Deutschen sind es lediglich 29,5 Prozent.

Insgesamt sind sich die Grund-Deutschen und ihr Untertypus mit stärker patriotischer Ausrichtung in Form und Intensität ihrer Verbundenheit mit Deutschland sehr ähnlich. Mit Ausnahme der Fragen zum Themenkomplex Engagement und Verpflichtung geht ihr Blick auf Deutschland eindeutig in die gleiche Richtung. Egal ob es um mögliche Zukunftsperspektiven oder den Umgang mit der deutschen Geschichte geht, um den Wunsch nach einem stärkeren Wir-Gefühl oder die Befürchtungen um die kollektive Identität bei zunehmender Migration: Die patriotischen Grund-Deutschen und die restlichen Grund-Deutschen sind sich untereinander stets näher als den übrigen Typen. Umso bemerkenswerter ist es, dass diese großen Übereinstimmungen in den verschiedensten Fragen nationaler Identität dennoch in zwei völlig unterschiedlichen Qualitäten ihren Ausdruck finden – auf der einen Seite in Form einer inneren Verpflichtungsethik, auf der anderen Seite in einer Abwehrreaktion gegen Engagementforderungen und Pflichtgedanken.

DIE PATRIOTISCHEN GRUND-
DEUTSCHEN FOLGEN EINER TIEFEN
INNEREN VERPFLICHTUNGSETHIK



DEUTSCHE DEBATTEN von Tatiana Davidova, Anja Kubitzki

Zusammenfassende Charakterisierung der Typen

Die Unterscheidung der vier Typen nach den Quellen, aus denen sie ihre Verbundenheit schöpfen, hat teils gravierende Unterschiede in den Ausprägungen nationaler Identität zutage gefördert. Je breiter diese Bindung begründet ist, je mehr Quellen sie hat, umso intensiver erscheint sie auch und schlägt sich zum Beispiel in einem stärkeren Nationalgefühl, einer klareren Aussage zur Wunschnationalität und einem stärkeren Wunsch nach einem neuen Nationalstolz nieder. Die beiden Extrempole bildeten zumeist die Distanz-Deutschen mit der niedrigsten Bindung auf der einen und die patriotischen Grund-Deutschen mit der stärksten Verbundenheit auf der anderen Seite. Trotz aller hier dargestellten Differenzen sollte man jedoch nicht übersehen, dass in zahlreichen Fragen zumindest tendenziell Einigkeit herrscht.

Selbst die Distanz-Deutschen sind sich in der Ablehnung von nationalem Selbstbewusstsein keineswegs einig oder wünschen sich mehrheitlich ein stärkeres Wir-Gefühl „unter uns Deutschen“, wie es die drei anderen Typen auch tun.

Die nationale Identität der Deutschen bleibt schillernd und vielfältig, wie nicht zuletzt die Differenzierung zwischen den patriotischen und den übrigen Grund-Deutschen zeigt. Trotz größter Übereinstimmung bei den verschiedensten Fragen – die einen sind durch innere Verpflichtung zu konkretem Handeln getrieben, die anderen dagegen fast gar nicht.

WIR-GEFÜHL JA, ABER BITTE NICHT
UNTER DEM DACH DER NATION

Distanz-Deutsche 12,7 Prozent der Deutschen

- Demographische Merkmale: der Typ mit dem geringsten Altersdurchschnitt; besonders in Süddeutschland weit verbreitet; vor allem in Großstädten; im Schnitt das höchste Bildungsniveau der fünf Typen
- empfinden keine Verbundenheit auf emotionaler, kognitiver oder kultureller Ebene mit der Nation
- stehen der Nation in jeder Hinsicht distanziert gegenüber und würden eher eine andere Staatsangehörigkeit wählen, wenn sie könnten
- lehnen eine starke und selbstbewusste nationale Identität für die Deutschen ab, distanzieren sich jedoch auch mehrheitlich von einer besonderen geschichtlichen Verantwortung der Deutschen
- haben gänzlich unterschiedliche Erwartungen in Bezug auf die Folgen der Migration auf das Deutsch-Sein
- wünschen sich eher ein stärkeres Wir-Gefühl unter den Deutschen
- haben nur eine geringe Engagementbereitschaft für Land und Leute und lehnen Pflichten gegenüber der Nation ab

HERZLICH DEUTSCH, ABER WENIG
ENGAGIERT FÜR DIE NATION

Herz-Deutsche 8,2 Prozent der Deutschen

- Demographische Merkmale: über alle demographischen Gruppen verteilt, keine besonderen Merkmale
- Deutsch-Sein ist für sie eine reine Herzensangelegenheit
- fühlen sich mehrheitlich als Deutsche, könnten sich aber prinzipiell auch eine andere Staatsangehörigkeit für sich vorstellen
- können sich ein neues nationales Selbstbewusstsein gut vorstellen, lehnen eine besondere historische Verantwortung Deutschlands in der Gegenwart jedoch eher ab
- verbinden mit anhaltender Migration Befürchtungen über eine Erosion des Deutsch-Seins
- wünschen sich ein stärkeres Wir-Gefühl unter den Deutschen
- haben nur eine geringe Engagementbereitschaft für Land und Leute und lehnen Pflichten gegenüber der Nation ab

Kultur-Deutsche 15,7 Prozent der Deutschen

- Demographische Merkmale: sind besonders häufig in den neuen Bundesländern vertreten; überdurchschnittlich viele Frauen; vor allem im ländlichen Raum
- fühlen sich der Nation emotional verbunden, schätzen aber auch den kulturellen Rahmen, der ihnen Orientierung und Sicherheit gibt
- fühlen sich stark als Deutsche und würden ihre Staatsangehörigkeit auf keinen Fall aufgeben; die Nation ist für sie kein Auslaufmodell
- wünschen sich ein neues nationales Selbstbewusstsein und einen neuen Nationalstolz, lehnen eine besondere historische Verantwortung Deutschlands in der Gegenwart jedoch eher ab
- fürchten eine Erosion des Deutsch-Seins angesichts wachsender Migrantenzahlen in besonderem Maße
- starker Wunsch nach einem stärkeren Wir-Gefühl unter den Deutschen
- haben nur eine geringe Engagementbereitschaft für Land und Leute und lehnen Pflichten gegenüber der Nation ab

DIE NATION IST KEIN
AUSLAUFMODELL

Grund-Deutsche 50,6 Prozent der Deutschen

- Demographische Merkmale: der Typ mit dem höchsten Altersdurchschnitt; im Schnitt niedrigstes Bildungsniveau der fünf Typen; vor allem in den westlichen Bundesländern (Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Hessen) vertreten, in Ostdeutschland dagegen nur selten
- sind fest im kulturellen Rahmen des Heimatlandes verankert, „hängen“ an Deutschland, schätzen es aber auch, weil hier ein gutes Leben möglich ist
- fühlen sich stark als Deutsche und würden ihre Staatsangehörigkeit auf keinen Fall aufgeben; die Nation ist für sie kein Auslaufmodell
- wünschen sich ein neues nationales Selbstbewusstsein und einen neuen Nationalstolz
- erkennen mehrheitlich eine besondere historische Verantwortung Deutschlands in der Weltgemeinschaft an
- fürchten mehrheitlich eine Erosion des Deutsch-Seins angesichts wachsender Migrantenzahlen
- starker Wunsch nach einem stärkeren Wir-Gefühl unter den Deutschen
- haben nur eine geringe Engagementbereitschaft für Land und Leute und lehnen Pflichten gegenüber der Nation ab

HISTORISCHE VERANTWORTUNG
IN DER WELTGEMEINSCHAFT

Patriotische Grund-Deutsche 20,6 Prozent der Deutschen als Untergruppe der Grund-Deutschen

- Demographische Merkmale: überdurchschnittlich viele Männer; ansonsten gleichmäßig über alle Gruppen verteilt
- verfügen im Vergleich zu den übrigen Typen über eine hohe Engagementbereitschaft und zeichnen sich durch eine Verpflichtungsethik aus, die sich auf die Nation und die Mitbürger bezieht

DEUTSCH-SEIN MIT NACHHALTIGEM
ENGAGEMENT

ANHANG: RELEVANTE TEILASPEKTE DEUTSCHER IDENTITÄT

BEAMTE SIND DIE
„SUPER-DEUTSCHEN“

Neben den bisher dargestellten systematischen Mustern deutscher Identität offenbart die Studie für einzelne Bevölkerungsgruppen in spezifischen Fragestellungen teils deutlich von der Gesamtheit der Deutschen abweichende Identitätsarrangements. Die auffälligsten Befunde werden im folgenden schlaglichtartig dargestellt.

Beamte haben das stärkste Nationalgefühl

Unter den verschiedenen Berufsgruppen sticht eine besonders hervor: die der Beamten. Ihr Nationalgefühl ist überdurchschnittlich stark ausgeprägt. 97,7 Prozent der Beamten fühlen sich stark oder sehr stark⁷⁻¹⁰ als Deutsche. Bei Arbeitern, Angestellten, Selbstständigen und Berufslosen pendeln diese Werte hingegen rund um die Marke von 80 Prozent.



DEUTSCHE ALTÄRE von Sina Jung, Sylvia Skarbek

Auch bei vielen Identitätsfacetten weichen die Beamten signifikant von den übrigen Deutschen ab. Hervorzuheben ist dabei insbesondere die Form des Ausdrucks, die die hohe Verbundenheit der Beamten mit dem Staat und den Landsleuten findet. So sind sie die einzige Berufsgruppe, die sich mehrheitlich (zu 60 Prozent) gerne⁷⁻¹⁰ für ihr Vaterland engagiert, während diese Werte bei den anderen Berufsgruppen knapp oberhalb beziehungsweise sogar unterhalb der Marke von 40 Prozent liegen. Diese Engagementbereitschaft erwächst für die meisten Beamten nicht nur aus der Freude am Handeln, sondern sie ist das Ergebnis innerer Überzeugung. Knapp die Hälfte empfindet eine Verpflichtung gegenüber dem Land – das sind mehr als doppelt so viele wie in den übrigen Berufsgruppen.

Stärkeres Nationalgefühl „auf dem Land“

Im ländlichen Raum ist das Nationalgefühl der Deutschen am stärksten. Während in den Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern 58,6 Prozent ein sehr starkes⁹⁻¹⁰ Nationalgefühl haben, sind es in den Großstädten nur 43,2 Prozent und damit ein knappes Viertel weniger. Außerdem gibt es in den Großstädten mehr Deutsche, die sich gar nicht als Deutsche fühlen (6,4 Prozent zu 1,9 Prozent im ländlichen Raum). In den kleineren und mittleren Städten dazwischen ist das Bild eher zwiespalten. Zwar haben in den Kleinstädten bis 20.000 Einwohner insgesamt mehr Deutsche ein Nationalgefühl als in den mittleren Städten. Dafür gibt es hier jedoch auch mehr Menschen, die sich gar nicht als Deutsche fühlen.

AUF DEM LAND BLÜHT DIE NATIONALE IDENTITÄT

Je wichtiger die Heimatregion, umso stärker auch das Nationalgefühl

Bemerkenswert ist, dass die Bevölkerung in den ländlichen Gebieten nicht nur das stärkste Nationalgefühl aufweist, sondern auch die größte Bindung an die Heimatregion. 62 Prozent der Landbewohner sind stark bis sehr stark⁷⁻¹⁰ mit ihrem Lebensumfeld identifiziert, bei den in Großstädten lebenden Deutschen sind es lediglich 38 Prozent. Eine starke regionale geht mit einer starken nationalen Verbundenheit einher. Die naheliegende Vermutung eines „entweder Region oder Nation“ wird damit widerlegt. Kollektive Identitäten entwickeln sich nicht als ein Nullsummenspiel, bei dem die größere Bedeutung der Nation automatisch eine geringere regionale Identifikation zur Folge hat, sondern es verhält sich genau umgekehrt. Dort, wo eine starke regionale Identität vorhanden ist, findet sich auch häufiger eine Verbundenheit mit überregionalen Einheiten, in diesem Fall Deutschland. Dahinter steht wohl eine Art genereller Bindungsbereitschaft, die zu einem abgestuften, aber tendenziell stärkeren Verbundenheitsgefühl mit den verschiedenen Gemeinschaften führt als bei Menschen, die sich auch mit ihrer Region oder ihrem Heimatort wenig identifizieren.

VERBUNDENHEIT MIT DER REGION IST FÜR 62 PROZENT DER LANDBEWohner EINE EHRENSACHE



DEUTSCHE FRAGEN von Camila Drzymalla, Nadine Janke, Julia Kipermann, Eva Pika

NUR JEDER ZWEITE GROSSSTADT-
BEWOHNER BLICKT KRITISCH AUF
DIE MIGRATIONSENTWICKLUNG

Städtische Bevölkerung sieht weniger Probleme durch Zuwanderung

Das vergleichsweise starke Nationalgefühl im ländlichen Raum geht jedoch in besonderem Maß mit Befürchtungen einher, dass das Deutsch-Sein durch die Zuwanderung erodiert. 62 Prozent der in dörflichen Verhältnissen lebenden Deutschen befürchten⁷⁻¹⁰ eine Erosion des Deutsch-Seins aufgrund zunehmender Migration, während es in den Großstädten nur 48 Prozent der Bevölkerung sind. In den kleinstädtisch geprägten Regionen und in den Großstädten existieren diese Befürchtungen ebenfalls, sie sind hier jedoch weniger intensiv ausgeprägt und treffen auf eine stärkere Gegenmeinung.



DEUTSCHE KÜCHE von Shorena Baliashvili, Gudrun Gehlhaar, Ninetta Orfgen

AUF DEM LAND WIRD DIE
TRADITION ZUM MASSGEBLICHEN
IDENTITÄTSFAKTOR

Diese Furcht erklärt sich aus den Quellen der Verbundenheit: Im ländlichen Raum spielen die kognitiven Identitätsanker eine sehr viel geringere Rolle als in den urbaneren Regionen. Während nur 42 Prozent der Landbewohner ihr Deutsch-Sein aus der Verlässlichkeit des deutschen Gemeinwesens speisen⁷⁻¹⁰, erreichen hier die Bewohner mittelgroßer Städte einen Spitzenwert von 61 Prozent. Für 70 Prozent der Landbewohner beruht ihre starke bis sehr starke Verbundenheit⁷⁻¹⁰ mit ihrer deutschen Identität hingegen auf Traditionen und Brauchtum, entsteht also eher auf emotionaler Ebene und vor allem aus kultureller Vertrautheit. In diesem Umfeld wird das Fremde und Unbekannte offensichtlich eher als Bedrohung empfunden.

Der Wunsch nach dem Wir-Gefühl ist überall groß

Die Idealvorstellung der Nation als solidarischer Gemeinschaft ist in den ländlichen Regionen am stärksten vertreten. Über 80 Prozent wünschen sich hier ein stärkeres Wir-Gefühl „unter uns Deutschen“. Aber: Selbst in den Großstädten äußert eine klare Mehrheit von mehr als 60 Prozent der Menschen diesen Wunsch. Das Ideal gemeinschaftlicher Verbundenheit gilt eben gerade nicht nur „auf dem Land“.

Distanz zur Nation wächst mit dem Bildungsstand

Je höher der Bildungsabschluss, umso größer ist die Distanz zur Nation und umso geringer die Bedeutung der nationalen Identität. Die Deutschen mit den höchsten Bildungsabschlüssen fühlen sich nicht nur weniger stark als Deutsche, sie denken auch häufiger in Alternativen. Könnten die Befragten ihre Staatsangehörigkeit frei wählen, so würden die Deutschen mit Volks-/Hauptschulabschluss am häufigsten die deutsche Staatsangehörigkeit wählen, 62,3 Prozent von ihnen sogar auf jeden Fall⁹⁻¹⁰. Bei den mittleren Bildungsabschlüssen ist diese maximale Zustimmung zwar etwas niedriger (55,7 Prozent), insgesamt würden sich aber gleich viele Befragte (80 Prozent) wie in der vorherigen Gruppe eher⁷⁻¹⁰ für die deutsche Staatsangehörigkeit entscheiden. In der Gruppe mit den höchsten Bildungsabschlüssen würden nur 43,5 Prozent auf jeden Fall ihre Staatsangehörigkeit beibehalten und fast jeder Dritte (29,3 Prozent) ist unschlüssig oder tendiert zu einer anderen Nationalität.¹⁻⁶ Im Vergleich zu den beiden Gruppen mit niedrigeren Abschlüssen sind für diese Gruppe die kulturellen und emotionalen Ursachen der Verbundenheit mit Deutschland weniger wichtig. Sie spielen nur für 60 Prozent der Befragten eine große bis sehr große⁷⁻¹⁰ Rolle. Ihnen sind die Leistungen, also die kognitive Ebene, deutlich wichtiger. Die Bindung an Deutschland ist weniger eine Herzensangelegenheit als eine Sache des Verstandes.

WENIGER ALS DIE HÄLFTE DER DEUTSCHEN MIT HÖHEREM BILDUNGSABSCHLUSS WÜRDTE MIT SICHERHEIT WIEDER DIE DEUTSCHE STAATSBÜRGERSCHAFT WÄHLEN

Weniger Nationalstolz bei Höhergebildeten

Die mit der schulischen Qualifikation zunehmende Distanz zur Nation drückt sich auch in einer zurückhaltenderen Einstellung beim Thema Nationalstolz aus. Besonders der Anteil derer, die sehr stark⁹⁻¹⁰ einen neuen Nationalstolz befürworten, liegt bei den höchsten Bildungsabschlüssen mit 31 Prozent signifikant niedriger als bei den beiden anderen Gruppen (jeweils rund 50 Prozent). Zugleich betont diese Gruppe aber auch die historische Verantwortung Deutschlands aufgrund seiner nationalsozialistischen Vergangenheit am stärksten. Hier sehen doppelt so viele Befragte (25 Prozent) einen sehr starken⁹⁻¹⁰ Handlungsbedarf wie die Deutschen mit Hauptschulbildung (13 Prozent).

IN DEN HÖHEREN BILDUNGS-SCHICHTEN BEFÜRWORDET NUR JEDER DRITTE DEUTSCHE EINEN GRÖßEREN NATIONALSTOLZ

Individualismus nimmt mit dem Bildungsniveau zu

Der Wunsch nach einem stärkeren Wir-Gefühl zwischen den Deutschen sinkt mit zunehmendem Bildungsniveau. Bei den Menschen mit mittleren und niedrigen Schulabschlüssen äußert jeder Zweite diesen Wunsch sehr stark. In der Gruppe mit den höchsten Bildungsabschlüssen ist die Idealvorstellung der solidarischen Gemeinschaft weniger stark vertreten, noch nicht einmal jeder Dritte wünscht sich dies auf jeden Fall.



DEUTSCHER INDIANER von Katja Günther

MIGRATION FÜHRT NUR BEI JEDEM
DRITTEN DEUTSCHEN DER HÖHEREN
BILDUNGSSCHICHTEN ZU BESORGNIS

Niedrige Qualifikation erhöht Sorgen über die Zuwanderung

Der Blick auf die Folgen der Zuwanderung hängt eng mit dem Bildungsniveau zusammen. Je geringer der Schulabschluss, umso größer sind die Befürchtungen um die Bewahrung der eigenen Identität. So äußern 57 Prozent der Hauptschulabsolventen und 50 Prozent der Befragten mit mittlerem Bildungsabschluss die Sorge⁷⁻¹⁰, dass eine wachsende Zahl von Zuwanderern es ihnen schwer macht, ihr Deutsch-Sein zu bewahren. Nur unter den Deutschen mit den höchsten Schulabschlüssen gibt es mehr Menschen, die darin kein Problem für die deutsche Identität sehen, als solche, die diese Probleme befürchten (36 Prozent).

Die Deutschen mit dem stärksten Nationalgefühl – und die mit dem schwächsten

„Wie sehr fühlen Sie sich als Deutsche/r?“ Die Antwort „sehr stark“ gaben die verschiedenen Gruppen sehr unterschiedlich.

	Am häufigsten „sehr stark“ antworteten ...	Am seltensten „sehr stark“ antworteten ...
Geschlecht	Frauen 52,1 Prozent	Männer 51,6 Prozent
Altersgruppe	70 Jahre und älter 65,9 Prozent	20–29 Jahre 42,9 Prozent
Haushaltsgröße	1-Personen-Haushalt 55,5 Prozent	4 Personen und mehr 46,7 Prozent
Familienstand	Verwitwet/getrennt lebend 54,4 Prozent	Ledig 49,1 Prozent
Höchster Schulabschluss	Haupt-/Volksschulabschluss 55,1 Prozent	Abitur 41,2 Prozent
Beruf	Beamte 56,7 Prozent	Angestellte 45,7 Prozent
Wohnortgröße	unter 5.000 Einwohner 58,6 Prozent	100.000 und mehr Einwohner 44,2 Prozent
Nettoeinkommen Befragter	3.000–3.500 Euro 59 Prozent	2.500–3.000 Euro 35,1 Prozent
Bundesland	Schleswig-Holstein 67,6 Prozent	Rheinland-Pfalz/Saarland 33,3 Prozent
Region	Norddeutschland 57,5 Prozent	Westdeutschland 49,6 Prozent

Das Nationalgefühl ist am stärksten bei

- verwitweten oder getrennt lebenden
- Frauen
- über 70 Jahren,
- die in einem Ein-Personen-Haushalt
- im ländlichen Raum
- in Norddeutschland leben
- und einen Volksschulabschluss haben.

Das Nationalgefühl ist am schwächsten bei

- ledigen
- Männern
- unter 30 Jahren,
- die in einer Wohngemeinschaft oder noch bei ihren Eltern zuhause
- in einer Großstadt
- in Westdeutschland leben und studieren.

WAS WIR WOLLEN

Wissenschaftliche Förderung

Die Identity Foundation leistet Beiträge zur wissenschaftlichen Erforschung des Komplexes Identität. Dabei ist es den Gründern ein Anliegen, dass interdisziplinäre Ansätze aus der Ontologie gewählt werden. Die relevanten Themen umfassen Disziplinen wie Soziologie, Psychologie, Philosophie, Kommunikationswissenschaften, Betriebswirtschaft, Theologie oder Kunst.

Schwerpunkte bei der wissenschaftlichen Förderung sind:

- Identität durch Seinserfahrung
- Personal Identity/Corporate Identity
- Identitätsverständnis verschiedener Kulturräume, insbesondere in Deutschland, Europa und Asien, sowie deren Wechselbeziehungen

Stiftungszweck

Im Mittelpunkt der Förderung durch die gemeinnützige Identity Foundation stehen die wissenschaftliche Forschung, der Austausch über das unterschiedliche Selbstverständnis und die verschiedenen Lebensentwürfe von Menschen sowie die Identität von Unternehmungen und Institutionen im Hinblick auf die jeweiligen kulturellen Rahmenbedingungen.

Zu diesem Zweck kann die Stiftung

- Fachtagungen und Symposien veranstalten,
- empirische Untersuchungen und spezielle Forschungsprojekte ganz oder teilweise finanzieren,
- Stipendien im Rahmen der gemeinnützigkeitsrechtlich zulässigen Grenzen vergeben,
- Publikationen unterstützen oder herausgeben.

Die Forschungsergebnisse werden der Öffentlichkeit zugänglich gemacht und sind im Internet abrufbar unter www.identityfoundation.de

Die Identity Foundation ist als gemeinnützig anerkannt (Finanzamt Düsseldorf, Altstadt, Steuer-Nr. 103/5703/2603 vom 1.8.2000) und berechtigt, nach entsprechender Zahlung Spendenquittungen auszustellen.

MEISTER ECKHART PREIS

Der Meister Eckhart Preis ist benannt nach dem gleichnamigen Prediger, Prior und Professor, der zwischen 1260 und 1328 lebte. Meister Eckhart lehrte vor allem in Erfurt, Köln, Paris und Straßburg. Der Dominikaner Eckhart gilt als der führende Kopf der deutschen Mystik und als prägend für die heutige wissenschaftliche Sprache.

Der mit 50.000 Euro dotierte Preis wird seit 2001 im Turnus von zwei Jahren vergeben. Er wurde von der Identity Foundation ausgelobt, um die Auseinandersetzung mit dem Thema Identität in der meinungsbildenden Öffentlichkeit zu fördern. Geehrt werden Persönlichkeiten, die in ihren Arbeiten existenzielle Fragen der persönlichen, sozialen und interkulturellen Identität aufgreifen und durch ihr Wirken einen breiten öffentlichen und internationalen Diskurs beleben. Seit 2007 wird der Meister Eckhart Preis in Kooperation mit der Universität zu Köln vergeben.

Meister Eckhart Preis 
 IDENTITY FOUNDATION UNIVERSITÄT ZU KÖLN

Bisherige Preisträger sind der amerikanische Philosoph Richard Rorty (2001), der französische Ethnologe Claude Lévi-Strauss (2003), der deutsche Philosoph Ernst Tugendhat (2005), der als einer der wichtigsten Vertreter der sprachanalytischen Philosophie in Deutschland gilt, und der indische Ökonom, Philosoph sowie Harvard-Professor Amartya Sen (2007).

www.meister-eckhart-preis.de

SCHRIFTENREIHE DER IDENTITY FOUNDATION

Deutschland auf der Suche nach sich selbst

Die qualitative Studie des rheingold-Instituts, Köln, untersucht die Identität der Deutschen mit Ansätzen der morphologischen Markt- und Medienanalyse und eruiert die wirkungspsychologischen Identitätsparadigmen der Deutschen.

Schriftenreihe, Band 9, September 2007

Quellen europäischer Identität

Die repräsentative Befragung der Generaldirektoren der Europäischen Kommission unter Federführung des Lehrstuhls für Soziologie und empirische Sozialforschung der Universität Hohenheim beleuchtet Identität und Prägungen der politischen Akteure und zeigt die Visionen zur politischen Entwicklung Europas auf.

Schriftenreihe, Band 8, Oktober 2003

Meister Eckhart – in seiner Zeit

Die Philosophie-Professoren Dr. Kurt Flasch und Ruedi Imbach versuchen, den Spuren des Predigers und des Philosophen zu folgen, um sich dem authentischen Eckhart zu nähern. Am Beispiel der (neu übersetzten) Predigt „Über die Armut an Geist“ wird eine zeitgemäße Interpretation des Denkens und seiner Intentionen vorgestellt.

Schriftenreihe, Band 7, Juni 2003

Identität und Neurowissenschaften

In einer Zeit des globalen Zusammenlebens kommt der Frage nach der menschlichen Identität immer mehr Bedeutung zu. In dieser Untersuchung wird versucht, Perspektiven dafür zu eröffnen, dass die Hirnforschung als Bereicherung der Konzepte von Freiheit und vom Menschen verstanden werden kann.

Schriftenreihe, Band 6, Januar 2003

Glücksdefinitionen und -erfahrungen der Bevölkerung

In einer persönlichen und repräsentativen Direktbefragung von 2.000 Erwachsenen sowie in 25 Tiefeninterviews ist das Institut Allensbach im Auftrag der Stiftung der Frage nachgegangen: „Was bedeutet Ihnen Glück?“ Gesund und sorgenfrei, das Glück der Familie, aber auch ein Sechser im Lotto werden am häufigsten in der Bevölkerung mit dem Begriff Glück assoziiert. Die Studie zeigt verschiedene Glücksquellen aus dem beruflichen und privaten Bereich auf. Und sie schildert individuelle Glückserlebnisse der Befragten.

Schriftenreihe, Band 5, März 2003

Quellen der Identität II – Ein Soziogramm von Managern und Gründern der New Economy

Die Untersuchung wurde analog zur ersten Studie durchgeführt (siehe Schriftenreihe, Band 2). Anhand von empirischen Analysen wurden die Quellen erforscht, aus denen sich die Identität der neuen Elite speist, die hauptsächlich im IT-Bereich und in der Telekommunikation beschäftigt ist. Fast 60 Prozent der Befragten sind jünger als 40 Jahre. Außerdem ermöglicht die Untersuchung einen Wertevergleich zwischen den Top-Managern der Old und der New Economy.

Schriftenreihe, Band 4, Juni 2002

Verleihung des ersten Meister Eckhart Preises

Die erste Verleihung des Meister Eckhart Preises erfolgte 2001 an den amerikanischen Philosophen Richard Rorty, der für seine philosophische Grundlagenforschung im Hinblick auf deren weite Ausstrahlung auf die Humanwissenschaften und auf das ethisch-politische Selbstverständnis der Gegenwart ausgezeichnet wurde. Durch subtile Untersuchungen von Vernunft und Erkenntnis hat er neue Rationalitätsmuster eröffnet und durch seine Kritik der Ideologie-Kritik die Rolle der Intellektuellen in der heutigen Zeit neu bestimmt. (Bericht von der Preisverleihung 2001 in Berlin an Prof. Richard Rorty mit dem Laudator Prof. Jürgen Habermas.)

Schriftenreihe, Band 3, Februar 2002

Quellen der Identität I – Eine Studie zum Selbstverständnis deutscher Top-Manager der Wirtschaft

Die Untersuchung liefert Erkenntnisse über die Schnittstelle von Personal Identity und Corporate Identity. Anhand empirischer Analysen wurden die Quellen erforscht, aus denen sich die Identität von Führungspersönlichkeiten speist. Unter den Befragten befanden sich zu 30 Prozent Vorstandsvorsitzende, stellvertretende Vorstandsvorsitzende beziehungsweise Vorsitzende von Aufsichtsräten, zu 38 Prozent Vorstandsmitglieder sowie zu 32 Prozent persönlich haftende Gesellschafter, Inhaber und Geschäftsführer größerer deutscher Unternehmen. Die Studie liefert einen umfassenden Überblick zum Orientierungsrahmen und zu den Werthaltungen von Spitzenmanagern.

Schriftenreihe, Band 2, April 2001

Gesundheitsstudie – Die Deutschen und ihre Einstellungen zu Krankheit und Gesundheit

Im Auftrag der Identity Foundation untersuchte das Allensbach-Institut den Einfluss des individuellen Körpergefühls auf das Identitätserlebnis. Ganz im Sinne des römischen Dichters Juvenal – „mens sana in corpore sano“ – wird dem Thema Gesundheit heute in der Gesellschaft ein enorm hoher Stellenwert beigemessen. Die Identity Foundation wollte wissen, ob die Deutschen sich bei Krankheit gut betreut fühlen, welche Erfahrungen sie mit alternativen Heilmitteln und -verfahren gemacht haben und welchen Ratgebern sie in Gesundheitsdingen vertrauen; was die Menschen noch von der Schulmedizin erwarten, welche Bedeutung Psychologie und Glauben haben und wo sich der Durchschnittspatient heute informiert. Die Untersuchung stützt sich auf 2.111 persönliche Direktinterviews mit einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung ab 16 Jahren.

Schriftenreihe, Band 1, Januar 2001

IDENTITY EDITION

Mit der Schriftenreihe Identity Edition möchte die Stiftung ausgewählte Themen und Entwicklungen der Identitätsforschung einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich machen.

Band 1: „Menschsein und Mystik“ von Ernst Tugendhat

Mit seiner ermutigenden Aufforderung „Nim din selbes war“ entzündete der Mystiker Meister Eckhart im 14. Jahrhundert ein Licht, das unser Verständnis des menschlichen Daseins auch heute noch erhellen kann. Der Meister Eckhart Preis ehrt in diesem Sinne Persönlichkeiten, die in ihren Arbeiten existenzielle Fragen der persönlichen, sozialen und interkulturellen Identität aufgreifen. Der Preisträger des Jahres 2005, Ernst Tugendhat, ist nicht nur einer der wichtigsten deutschen Sprachphilosophen, er zeigt uns auch in besonderer Weise, wie Mystik uns dem Geheimnis des Seins näher bringt. Wenn Ernst Tugendhat von einem Gesammeltsein in sich, von einer Seelenruhe spricht, die nicht nur das eigene Ich, das eigene Leben zum Gegenstand erhebt, sondern gleichzeitig die ganze Welt in den Blick nimmt, erinnert er uns nicht nur daran, was Mystik bedeuten kann, sondern er öffnet uns für die Wahrnehmung unserer Verbundenheit mit allem, was uns umgibt.

Identity Edition, Band 1: „Menschsein und Mystik“ von Ernst Tugendhat, 64 Seiten, ISBN 978-3-89901-116-6, Identity Foundation (Hrsg.), 2007, J. Kamphausen Verlag & Distribution, Bielefeld

Band 2: „Sehnsucht nach Sinn“ von Brigitta Lentz

„Der Mensch lebt nicht vom Brot allein“ (Mt 4,4), er ist ein Wesen mit geistigen, ja insbesondere auch spirituellen Ansprüchen. Bei der Studie „Spiritualität in Deutschland“ stand die Frage im Vordergrund, wie sich „Spirituelles“ im Leben des Einzelnen manifestiert. Die im Jahr 2006 durchgeführte repräsentative Erhebung zeigte, dass die Suche nach dem Sinn des Lebens immer mehr Menschen beschäftigt und im Spannungsfeld von Religion und Spiritualität auf der einen Seite und einem unbekümmerten Alltagspragmatismus auf der anderen völlig neue Muster der Selbstverortung und Selbstvergewisserung entstehen. Doch der Finger, der auf den Mond zeigt, ist nicht der Mond – so eine Weisheit der asiatischen Zen-Philosophie. Deshalb hat die bekannte Kölner Journalistin Brigitta Lentz einen Blick hinter die gewonnenen Zahlen und Daten geworfen und eine ganz persönliche und sehr lesenswerte Sicht auf die Ergebnisse der Studie entwickelt.

Identity Edition, Band 2: „Sehnsucht nach Sinn“ von Brigitta Lentz, 72 Seiten, ISBN 978-3-89901-117-3, Identity Foundation (Hrsg.), 2007, J. Kamphausen Verlag & Distribution, Bielefeld

Band 3: „Der Homo oeconomicus bekommt Konkurrenz“ von Johannes Siegrist

„The Business of Business is Business“ – dieser berühmte Satz des Ökonom Milton Friedman hat über Jahrzehnte die Haltung vor allem der westlichen Industrienationen zur Wirtschaft maßgeblich geprägt. Der Nobelpreisträger sah im freien Spiel der Kräfte die besten Voraussetzungen für eine funktionierende Marktwirtschaft und bereitete so den Boden für das Erstarken des Homo oeconomicus, der aus nüchternem Kalkül heraus handelt. Inzwischen haben die neueren Forschungen der Neurowissenschaften erwiesen, dass Emotionen wie Vertrauen, Fairness und Solidarität in der Wirtschaftswelt mindestens ebenso bedeutsam sind wie rationales Abwägen. Mit seinem Aufsatz „Der Homo oeconomicus bekommt Konkurrenz“ lädt der renommierte Düsseldorfer Medizinsoziologe Prof. Dr. Johannes Siegrist dazu ein, einen Blick hinter die Kulissen dieser wissenschaftlichen Forschung zu werfen und so eine neue Perspektive wirtschaftlichen Denkens und Handelns zu entdecken.

Identity Edition, Band 3: „Der Homo oeconomicus bekommt Konkurrenz. Die Wiederentdeckung der Emotion in der Wirtschaft“ von Johannes Siegrist, 72 Seiten, ISBN 978-3-89901-186-9, Identity Foundation (Hrsg.), 2008, J. Kamphausen Verlag & Distribution, Bielefeld

Die Bände der Identity Edition sind zum Preis von jeweils 12,50 Euro direkt bei der Stiftung erhältlich.

