

PRESSEINFORMATION

Repräsentative Studien der Identity Foundation über „Die Identität der Deutschen“
anlässlich des 60. Geburtstages der Bundesrepublik Deutschland

Deutsch-Sein – eine Frage von Herz, Kultur und Geist Vier Prototypen gelebter deutscher Identität

**74,5 Prozent der Deutschen sind im Deutsch-Sein verwurzelt,
nur 12,7 Prozent gehen zur Nation explizit auf Distanz**

**52,5 Prozent der Grund-Deutschen sehen eine historisch vermittelte
Verantwortung der Deutschen für die Weltgemeinschaft**

**80 Prozent aller Deutschen hegen eine eher dosierte
Verpflichtungshaltung gegenüber dem Vaterland**

Berlin, 29. April 2009. Die Identität der Deutschen formiert sich in einem Raum aus affektiv-emotionalen, kulturellen und kognitiven Bezügen, die in Variationsmustern auftreten und eine differenzierte Intensität des Deutsch-Seins mit sich bringen. Aus der individuellen Gewichtung dieser drei zentralen Identitätsquellen lassen sich vier Idealtypen deutscher Identität ableiten, die die Selbstverortung der großen Mehrheit der Deutschen widerspiegeln:

- **Distanz-Deutsche** (12,7 Prozent der Bevölkerung):
Sie fühlen sich weder emotional, noch kulturell oder kognitiv mit der Nation verbunden.
- **Herz-Deutsche** (8,2 Prozent der Bevölkerung):
Ihr Herz schlägt für Deutschland, während kulturelle Vertrautheit und rationale Aspekte für sie keine Rolle spielen.
- **Kultur-Deutsche** (15,7 Prozent der Bevölkerung):
Deutsch-Sein ist für sie mehr als ein Gefühl, denn die kulturelle Verbundenheit mit Land und Leuten ist für sie ebenfalls ein zentraler Faktor ihrer deutschen Identität.
- **Grund-Deutsche** (50,6 Prozent der Bevölkerung):
Die Verbundenheit über Herz und Kultur ist ihnen wichtig, doch sie identifizieren sich auch geistig mit Deutschland, schätzen die guten Lebensbedingungen hierzulande und die Leistungsfähigkeit von Land und Leuten.

Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Untersuchung, die die renommierte Wissenschaftsstiftung Identity Foundation, Düsseldorf, anlässlich des 60. Geburtstages der Bundesrepublik Deutschland durchführen ließ. Die Repräsentativbefragung von 2.000 Personen wurde von der GfK Marktforschung, Nürnberg, umgesetzt, die Auswertung erfolgte in Zusammenarbeit mit der Universität Hohenheim.

Nur jeder dritte Distanz-Deutsche erlebt sich wirklich als Deutscher

Je mehr Verbundenheitsfaktoren auf der persönlichen Ebene wirksam sind, umso stärker ausgeprägt ist die deutsche Identität der Befragten. Während sich von den Distanz-Deutschen gerade einmal 34,9 Prozent als Deutsche erleben – und dies ohne innere Bindung an die Nation –, sind es bei den Herz-Deutschen 74,1 Prozent, die eine starke bis sehr starke Bindung an ihr Vaterland empfinden. Die höchste Verbundenheit zeigt sich bei den Grund-Deutschen (94 Prozent) und bei den Kultur-Deutschen (92 Prozent). So wollen denn auch 60,7 Prozent der Grund-Deutschen und sogar 61,8 Prozent der Kultur-Deutschen trotz Globalisierung und Zusammenwachsen der Europäischen Union am deutschen Nationalgefühl festhalten, während es bei den Herz-Deutschen lediglich 43,8 Prozent und bei den Distanz-Deutschen nur 36,5 Prozent sind.

Neun von zehn Grund-Deutschen wollen mehr Selbstbewusstsein und Nationalstolz – bei der Mehrheit gepaart mit historisch vermittelter Verantwortung

Die vier Typen ziehen aus der Geschichte unterschiedliche Konsequenzen – und kommen dadurch auch zu verschiedenen Zukunftsperspektiven für die Nation. So wünschen sich 87,1 Prozent der Grund-Deutschen und 79,6 Prozent der Kultur-Deutschen mehr nationales Selbstbewusstsein. Bei den Herz-Deutschen sind es nur 55,6 Prozent, bei den Distanz-Deutschen sogar nur 35,4 Prozent. Analog zu diesem Wunsch positionieren sich die Typen auch im Hinblick auf die Frage, ob die historische Bürde der Deutschen einem größeren Nationalstolz entgegensteht. 90,1 Prozent der Grund-Deutschen sind der Auffassung: „Trotz unserer Geschichte sollten wir wieder stolz sein können, Deutsche zu sein.“ Die Kultur-Deutschen teilen sie zu 86,5 Prozent. Bei den Herz-Deutschen sind es nur 59,2 Prozent und bei den Distanz-Deutschen lediglich 26,2 Prozent. Das Bekenntnis der Grund-Deutschen zum Nationalstolz ist dabei an ein explizites Verantwortungsgefühl gekoppelt, denn 52,5 Prozent von ihnen sehen aufgrund der nationalsozialistischen Vergangenheit eine besondere Verantwortung der Deutschen in der Weltgemeinschaft, während dies bei den übrigen deutschen Typen jeweils nur gut 30 Prozent glauben. „Der unterschwellige Wunsch der Deutschen nach einem

vorbehaltlosen Nationalstolz ist offenbar noch nicht geerdet: Stolz auf das Land, ja. Verantwortung für das Land, nein. – Wir-Gefühl, ja. Verbindliches Engagement, nein“, so resümiert Prof. Dr. Eugen Buß, Lehrstuhl für Soziologie der Universität Hohenheim und Vorsitzender des wissenschaftlichen Beirats der Identity Foundation.

Party-Patriotismus oder Verpflichtungsethik? Selbst knapp 40 Prozent der Distanz-Deutschen wünschen sich ein stärkeres Wir-Gefühl

Im Wunsch nach einem stärkeren Wir-Gefühl sind sich die Deutschen einig. So artikulieren 85,4 Prozent der Grund-Deutschen, 78,7 Prozent der Kultur-Deutschen und 64,6 Prozent der Herz-Deutschen das Bedürfnis nach mehr innerem Zusammenhalt der Deutschen. Erstaunlich: Selbst unter den Distanz-Deutschen schließen sich 39,8 Prozent diesem Wunsch an. Die Bereitschaft, selbst etwas zum Gemeinwohl beizutragen, ist jedoch sehr gering ausgeprägt, denn fast 80 Prozent aller Deutschen hegen nur eine sehr dosierte Verpflichtungshaltung gegenüber ihrem Land und ihren Mitmenschen.

Einzige Ausnahme sind die *patriotischen Grund-Deutschen*, die sich in dieser Frage als klarer Untertypus der Grund-Deutschen manifestieren und rund 20 Prozent der Bevölkerung ausmachen. Sie entwickeln aus ihrer starken deutschen Identität ein tiefes Bedürfnis, einen Beitrag zum Wohl der Nation zu leisten. 71,4 Prozent der patriotischen Grund-Deutschen fühlen sich 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 deutlich positiver gegenüber als die übrigen Grund-Deutschen (86,6 Prozent versus 64,3 Prozent). „Der deutsche Patriot ist in der Minderheit. Von der Mehrheit der Deutschen wird das Gemeinsame auf eine Ad-hoc-Gemeinsamkeit reduziert, die sich an unterschiedlichen Anlässen wie beim Spiel der Nationalmannschaft kristallisiert. Typisch ist nicht die generelle Bindung an die Nation, sondern eher eine Art Flickenteppich vieler kleiner party-patriotischer Feuerstellen. Das gemeinsame öffentliche Erlebnis fungiert als Simulation eines Nationalgefühls auf Zeit“, so Prof. Dr. Eugen Buß.

In der Selbstverortung zwischen Egoismus und Allgemeinwohl verläuft eine klare Trennungslinie zwischen den Grund-Deutschen und ihrem patriotisch orientierten Untertypus. „Ich zahle Steuern, das reicht“ – dem kann nur jeder vierte patriotische Grund-Deutsche zustimmen, während es bei den übrigen Grund-Deutschen zwei von fünf sind. Zwei von fünf patriotischen Grund-Deutschen wären bereit, das eigene Leben

fürs Vaterland aufs Spiel zu setzen, bei den übrigen Grund-Deutschen nur jeder zehnte. Ein ähnliches Bild zeigt sich, wenn es darum geht, seinen Landsleuten in Notsituationen wie Naturkatastrophen zur Seite zu stehen. Von den patriotischen Grund-Deutschen würden für solche Hilfsaktionen 64,7 Prozent ihren Urlaub opfern, von den übrigen Grund-Deutschen lediglich 29,5 Prozent.

Bei aller Individualität und Differenz – die große Mehrheit der Bevölkerung ist sich im Hinblick auf die Bedeutung nationaler Identität einig

Die unterschiedlichen Identitätsressourcen, auf die die Deutschen in ihrem Deutsch-Sein zurückgreifen, führen zu gravierenden Unterschieden in der Ausprägung deutscher Identität. Je mehr Facetten im Koordinatensystem aus emotional-affektiver, kultureller und kognitiver Verbundenheit verwirklicht werden, umso deutlicher ist der Wunsch nach einem stärkeren Nationalgefühl und nach mehr Nationalstolz ausgeprägt. Die Distanz-Deutschen mit der niedrigsten Bindung an das Deutsch-Sein und die patriotischen Grund-Deutschen mit der höchsten Verbundenheit und zugleich der tiefsten Verpflichtungsethik bilden dabei zwar die beiden Extrempole deutscher Identität, doch zeigt sich bei aller individuellen Verortung im deutschen Koordinatensystem dennoch in vielen Detailfragen große Einigkeit – die große Mehrheit der Gesamtbevölkerung stimmt in dem Bedürfnis nach einem stärkeren Wir-Gefühl unter den Deutschen und in ihrem Stolz auf die Nation überein.

Über die Identity = Foundation

Die Identity Foundation ist eine gemeinnützige Stiftung zur Wissenschaftsförderung, deren Schwerpunkt auf Forschungen zum Selbstverständnis von Personen, Gruppen und Institutionen liegt. Sie konzentriert sich auf Einzelprojekte in verschiedenen sozialen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Kontexten, darunter Fachtagungen und Symposien, empirische Untersuchungen und (Forschungs-)Projekte, die Förderung der Medienberichterstattung über grundlegende oder aktuelle Identitätsthemen und die Beteiligung an kunstwissenschaftlichen oder spirituellen Projekten mit besonderen Bezügen zur Frage der Identitätsbildung und -Entwicklung. Die Stiftung wurde 1998 ins Leben gerufen vom Gründer der heutigen Kommunikationsagentur Pleon, Paul J. Kohtes, und seiner Frau Margret.

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. Dr. Qi Yang, Prof. Dr. Rainer Zimmermann

Projekt-Management: Susanne Kilian

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

Abdruck honorarfrei, Beleg erbeten

© Alle Rechte:

Identity Foundation – Gemeinnützige Stiftung,
c/o Pleon GmbH, Bahnstraße 2, 40212 Düsseldorf