

PRESSEINFORMATION

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

„Deutschland, wir haben dich gern und wir sind stolz auf dich.“

**60 Jahre nach Gründung der Bundesrepublik Deutschland sind
60 Prozent der Bevölkerung wieder stolz darauf, Deutsche zu sein und
70 Prozent fühlen sich sogar der Nation im Herzen verbunden.**

**Wohlergehen als starker Bindungsfaktor: Die Stärkung der Wirtschaft und
der sozialen Sicherung ist für rund 90 Prozent der Bürger derzeit die
wichtigste Zukunftsherausforderung der BRD**

Berlin, 29. April 2009. Im Jahr des 60. Geburtstages der Bundesrepublik Deutschland haben die Deutschen zurück zu einem Stolz auf die Nation gefunden. Knapp 60 Prozent der BürgerInnen sagen heute wieder von sich: „Ich bin stolz, Deutsche/r zu sein.“ Sogar 80 Prozent aller Deutschen sehen in der Bevölkerung eine ausgeprägte Liebe zum Vaterland. Das sind die Ergebnisse eines einzigartigen multidimensionalen Forschungsprojekts, das im Auftrag der renommierten Wissenschaftsstiftung Identity Foundation, Düsseldorf, anlässlich des 60-jährigen Bestehens der Bundesrepublik Deutschland durchgeführt wurde. Auf eine tiefenpsychologische Untersuchung des rheingold-Instituts, Köln, im Jahr 2007 folgten Ende 2008 und im März 2009 zwei Repräsentativstudien mit 2.000 Teilnehmern durch die GfK Marktforschung, Nürnberg. Die Auswertung der Ergebnisse erfolgte durch die Universität Hohenheim.

Wir sind Deutschland – Breiter Konsens bei der Bevölkerungsmehrheit

70,4 Prozent der Deutschen fühlen sich im Herzen mit dem Land verbunden. 72,9 Prozent sind der Ansicht, dass die Deutschen wieder mehr nationales Selbstbewusstsein zeigen sollten, jedoch vermissen 53,1 Prozent konstruktive Identitätsbilder in Schule, Politik und Medien. Als wichtigste Zukunftsaufgaben betrachten 89,4 Prozent der Bevölkerung die Stabilisierung der Wirtschaft und 86,9 Prozent messen der Stärkung der sozialen Sicherung ein besonders großes Gewicht bei. Über das, was „typisch deutsch“ ist, herrscht breiter Konsens. In den Augen von 90,8 Prozent der Befragten ist der/die typische Deutsche pflichtbewusst und leistungsorientiert und schätzt, so 89,7 Prozent, Regeln und Ordnung. Weitere wichtige Identifikationsanker: Heimat und

IDENTITY≡ FOUNDATION

Gemeinnützige Stiftung

Brauchtum (81,8 Prozent), das deutsche Werkeln (81,8 Prozent), Tugend und Charakter der Deutschen (63,5 Prozent) sowie Tradition und Brauchtum (62,6 Prozent).

Die Caféhaus-Moral der Deutschen

72,9 Prozent der Bevölkerung wünschen sich ein stärkeres Wir-Gefühl unter den Deutschen und 64,5 Prozent bemängeln, dass jeder nur noch für seine eigenen Interessen kämpfe. Allerdings sind nur 36 Prozent auch bereit, sich vorbehaltlos für das Vaterland zu engagieren und 39,2 Prozent der Deutschen sagen: „Ich zahle Steuern, das reicht.“ „Diese eigentümliche Caféhaus-Moral ist typisch für die Deutschen. Man will beides: Stolz auf die Nation, aber gleichzeitig eine nur dosierte Bindung an das Land“, so Prof. Dr. Eugen Buß, Lehrstuhl für Soziologie der Universität Hohenheim und Vorsitzender des wissenschaftlichen Beirats der Identity Foundation.

Gut 80 Prozent der Deutschen wollen sich für ihr Deutsch-Sein nicht mehr schämen

60 Jahre nach Gründung der Bundesrepublik Deutschland glauben nur noch 24,1 Prozent der Bevölkerung, dass ein unbeschwertes Deutsch-Sein aufgrund der Vergangenheit nie mehr möglich sein wird. 83,6 Prozent wollen sich dagegen nicht länger für ihr Deutsch-Sein schämen und 74,6 Prozent finden es an der Zeit, trotz der Geschichte wieder stolz auf Deutschland sein zu können. Um der historischen Verantwortung gerecht zu werden, lehnen 62,6 Prozent der Bevölkerung eine größere militärische Präsenz der Bundesrepublik Deutschland in der Weltgemeinschaft ab.

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. 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