

Deutschland in den Augen der Welt

Zentrale Ergebnisse der GIZ-Erhebung

„Außensicht Deutschland – Rückschlüsse für die Internationale Zusammenarbeit“



Bonn/Eschborn, Mai 2012

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Herausgeber

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Sitz der Gesellschaft
Bonn und Eschborn

Friedrich-Ebert-Allee 40
53113 Bonn

Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5
65760 Eschborn

E info@giz.de
I www.giz.de

Verantwortlich:

Dr. Christoph Beier

Konzept und Redaktion:

Lukas Fischer, Dr. Jochen Köhler, Nina Sarrazin, Dr. Mischa Skribot, Timo Schneider, Katja Suhr

Projektteam:

Elisabeth Christian, Lukas Fischer, Neil Hatton, Dorothea Kallenberger, Stefan Opitz, Prof. Dr. Heiko Roehl, Nina Sarrazin, Dr. Mischa Skribot, Timo Schneider, Katja Suhr, Andreas Villar, Andreas von Schumann

Eschborn, Mai 2012

Alle Rechte vorbehalten. Abdruck oder vergleichbare Verwendung ist auch in Auszügen nur nach schriftlicher Genehmigung gestattet.

© Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

VORWORT	1
METHODISCHER HINTERGRUND	2
Länderauswahl	3
Gesprächspartner.....	3
Themenrahmen und Methodik der Befragung	3
Auswertungsstufen	4
NEU GEWONNENE ANNAHMEN	5
Die „Deutsche Freiheit“: ein spezielles Produkt von Disziplin und Leistung.....	5
Emotionale Distanz – Liebe auf den zweiten Blick.....	7
Vom Backseat- zum Frontseat-Driver – Führen aus der zweiten Reihe reicht für Deutschland nicht mehr!.....	8
Deutschland verkauft sich unter Wert	10
Risse im Deutschlandbild – Berlin als Symbol für neue Farbtöne.....	11
Wertschätzung für die Deutschen – geprägt vom Tun, nicht vom Sein.....	13
Deutschland braucht Europa, Europa braucht Deutschland.....	14
ERGEBNISSE ZU ZENTRALEN THEMEN	15
Demokratie & Bürgerbeteiligung: Partizipation und Föderalismus als Modell für andere?	16
Sicherheit & Entwicklung: Eine friedliebende Nation	17
Wirtschaft & Nachhaltigkeit: Deutschlands Wirtschaftskraft – auf bestem Weg zu Nachhaltigkeit?.....	18
Energie & Klima: Ökologisch ambitioniert mit fortschrittlichen Technologien	20
Bildung & Beruf: Das deutsche Handwerk als Musterbild	22
Innovation & Wissenschaft: Exzellente Forschungsinstitute mit Wirtschaftsbezug.....	24
Infrastruktur & Mobilität: Ein lückenloses Verkehrsnetz als Standortvorteil	25
Migration & Integration: Zuwanderung erleichtern	26
Kultur & Familie: Ein familienfreundliches Land mit zu wenig Kindern	28
Glaube & Ethik: Eine säkulare Gesellschaft mit Kirchensteuer	29
AUSBLICK – WAHRNEHMUNGEN, ERWARTUNGEN, POTENTIALE	30
ANNEX: LISTE DER GESPRÄCHSPARTNER	A

VORWORT

In einer zunehmend globalisierten Welt, die politisch, ökonomisch und sozial eng und komplexer denn je verflochten ist, wird es immer wichtiger, den eigenen Standpunkt auch aus Sicht der Anderen zu verorten und die Außenbeziehungen auszubauen. Kaum eine politische oder wirtschaftliche Herausforderung unserer Tage lässt sich heute alleine lösen. Egal, ob es sich um die Eurokrise, die weltweite Klimaerwärmung oder den Fachkräftemangel handelt: Immer brauchen wir andere, um die Voraussetzungen für unseren Wohlstand zu sichern und unseren Werten und ordnungspolitischen Vorstellungen in der Welt Geltung zu verschaffen.

Ob es uns allerdings auch zukünftig gelingt, unsere Einfluss- und Gestaltungsmöglichkeiten zu nutzen und unsere Interessen in der Welt zu wahren, hängt auch wesentlich davon ab, welche Erwartungen und Hoffnungen, welche Befürchtungen und Ängste man im Ausland mit Deutschland verbindet. Welche Kompetenzen werden Deutschland zugesprochen und welche Rolle soll Deutschland in der Welt spielen? Wenn wir also im Zukunftsdialog darüber nachdenken, wie wir zukünftig zusammen leben wollen, wovon wir leben wollen und wie wir lernen wollen, müssen wir auch den Blick nach außen richten und fragen, wie und wovon uns die Welt leben lässt und wie sie uns lernen hilft.

Vor diesem Hintergrund hat sich die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) im Rahmen des Expertendialoges der Bundeskanzlerin Angela Merkel auf die Spurensuche nach dem aktuellen Deutschlandbild in der Welt gemacht. Ergänzend zu bereits vorliegenden Studien (von der BBC, dem Goethe-Institut sowie akademische Untersuchungen in den Literatur- und Kulturwissenschaften) konzentrierte sich die Erhebung der GIZ besonders auf die Rolle Deutschlands im internationalen Staatengefüge und auf die damit verbundenen Handlungsoptionen in konkreten thematischen Bereichen. In 120 Interviews wurden Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft in 21 Ländern rund um den Globus nach ihren ganz persönlichen Bildern, Hoffnungen und Erwartungen gefragt, die sie mit Deutschland verbinden.

Die Erkenntnisse aus der Erhebung sind von besonderer Bedeutung für die deutsche Politik, die wirtschaftlichen Akteure Deutschlands, aber auch für eine Organisation wie die GIZ. Als deutsches Bundesunternehmen unterstützen wir die Bundesregierung dabei, ihre Ziele in der internationalen Zusammenarbeit für nachhaltige Entwicklung zu erreichen. Für unsere tägliche Arbeit sind Fragen bezüglich der internationalen Wahrnehmung Deutschlands sowie die daraus resultierenden Handlungsoptionen und -zwänge wichtige Indikatoren.

Im Ergebnis zeigt die Erhebung ein facettenreiches Bild von deutschen Stärken und Schwächen, von zukünftigen Chancen, aber auch von Risiken. Dieses Bild im Spiegel der internationalen Wahrnehmung geht weit über bloße Klischees hinaus. Eine überaus differenzierte Sicht der Gesprächspartner, verbunden mit einer sehr hohen Wertschätzung gegenüber Deutschland und seinen Menschen, ist dabei überraschend. Die mit diesem – grundsätzlich sehr positiven – Bild Deutschlands verbundenen Erwartungen an die zukünftige europäische und internationale Rolle sind entsprechend groß.

METHODISCHER HINTERGRUND

Die methodische Gestaltung der qualitativen Erhebung „Deutschland in den Augen der Welt“ basiert auf einem sozialwissenschaftlichen Forschungsdesign zur Auswertung qualitativer Daten. Dieser methodische Ansatz beinhaltet eine Reihe ineinandergreifender Verfahren, welche durch objektivierende, intersubjektive Diskurse übergeordnete Bilder und Hypothesen aus quantitativen Grunddaten extrahierten. Ziel war es, realitätsnahe Annahmen zu entwickeln und diese für die Praxis anwendbar zu machen. Es sollten nicht bestehende Annahmen überprüft, sondern vielmehr neue entwickelt werden: Annahmen dazu, wofür Deutschland besonders geschätzt wird, was sein Beitrag für eine Welt im Umbruch sein könnte und wo Handlungsbedarf besteht.

Zu diesem Zweck wurden offene Gespräche mit handverlesenen Persönlichkeiten und Deutschlandkennern rund um den Globus geführt.

Für die methodische Herangehensweise waren vier Faktoren und deren schlüssige Kombination von wesentlicher Bedeutung:

- die Auswahl einer Gruppe von Ländern mit insgesamt vielfältigen Perspektiven;
- die Gewinnung sehr urteilsfähiger Gesprächspartner in jedem dieser Länder;
- die Methodik von Gesprächsführung, Dokumentation und Auswertung;
- die Festlegung thematischer Gesprächsrahmen.

Im Folgenden werden die vier Faktoren Länderauswahl, Gesprächspartner, Methodik und Themenrahmen genauer erläutert.

Länderauswahl

Mit der Absicht, ein perspektivenreiches Fremdbild von Deutschland zu zeichnen, wurden 21 Länder unterschiedlicher Typologien aus vier Kontinenten ausgewählt. Kriterien dafür waren historische Beziehungen Deutschlands zu diesen Ländern, wirtschaftliche Verflechtungen sowie die Bedeutung der Länder für bi- und multilaterale Politikprozesse. Zudem sollten möglichst viele Kulturräume, Ethnien und Religionen vertreten sein. Die ausgewählten 21 Länder:

- Frankreich
- Großbritannien
- Niederlande
- Spanien
- Polen
- Türkei
- Palästina
- Israel
- Marokko
- Kenia
- Südafrika
- Russland
- Kasachstan
- China
- Indien
- Südkorea
- Indonesien
- Japan
- Brasilien
- Chile
- USA

Gesprächspartner

In jedem der 21 Länder wurden bis zu sechs Gesprächspartner befragt. Um ein möglichst hoch auflösendes Bild zu erhalten, kamen gezielt unabhängige Vertreter unterschiedlicher Betätigungsfelder zu Wort: aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft. Von der jungen brasilianischen Studentin zum türkischen Träger des Bundesverdienstkreuzes und vom indischen Umweltaktivisten zum ehemaligen indonesischen Regierungschef: Zumeist zeichneten sich die befragten Personen durch eine besondere Kompetenz und Erfahrung aus, aufgrund derer sie besonders fundiert über Deutschland sprechen können. Sie hatten entweder dort gelebt und gearbeitet oder in ihrem Land viel mit Deutschen zu tun gehabt. Zu den Befragten zählten jedoch auch Personen, die ihre Kenntnisse über öffentliche Medien oder andere Informationskanäle erworben hatten. Weitere Kriterien bei der Auswahl der Gesprächspartner waren ein ausgewogenes Generationen- und Geschlechterverhältnis. Insgesamt wurden 120 höchst interessante Interviews geführt.

Themenrahmen und Methodik der Befragung

Die Befragung fand von Oktober 2011 bis März 2012 statt. Die Dauer der halbstrukturierten Interviews variierte zwischen einer und zwei Stunden. Alle Interviews waren in drei Kernphasen untergliedert.

Ein erster, inhaltlich offen gestalteter Teil diente dazu, herauszufinden, wie und in welchen Kategorien über Deutschland geurteilt wird. Fragen wie „Woran denken Sie, wenn Sie an Deutschland denken?“ boten Raum für persönliche Erlebnisse, Eindrücke und allgemeine Wahrnehmungen, ohne diese durch vorgegebene Denkrichtungen einzuschränken.

Die zweite Phase des Interviews zielte auf die Behandlung der folgenden 10 Themenfelder ab:

- Demokratie & Bürgerbeteiligung
- Sicherheit & Entwicklung
- Wirtschaft & Nachhaltigkeit
- Energie & Klima
- Bildung & Beruf
- Wissenschaft & Innovation
- Mobilität & Infrastruktur
- Migration & Integration
- Kultur & Familie
- Glaube & Ethik

Die dritte und letzte Phase des Interviews wurde für einen offenen und reflektierenden Ausklang genutzt. Dabei ging es vor allem um die Beurteilung der größten Chancen und Risiken für Deutschland bis zum Jahr 2020, um Erwartungen an Deutschland sowie um Ratschläge an die deutsche Politik.

Auswertungsstufen

Die Interview-Teams der GIZ setzten sich jeweils aus zwei Personen zusammen, die durch die Gespräche führten und die Antworten der Gesprächspartner protokollierten. Direkt im Anschluss an jedes Interview wurden auf dessen Basis Kernaussagen formuliert, welche die für die Themenfelder relevanten Gesprächssequenzen verdichteten. Danach wurden sämtliche Kernaussagen in ein elektronisches Auswertungsinstrument übertragen. So entstand eine Datenbank mit 2691 gleichermaßen heterogenen wie gehaltvollen Statements, geordnet nach Themenfeldern und „Aussagearten“ (Beschreibung, Erwartung, Stärke, Schwäche etc.). Das dreistufige Verfahren der Auswertung führte vom Konkreten zum Allgemeinen und zurück zum Detail:

- 1. Stufe: individuelle Sichtung aller Kernaussagen
- 2. Stufe: Analyse, Auswertung, Diskurs
- 3. Stufe: Erweiterte Detailanalyse der Beobachtungsfelder

Stufe Eins bestand in der individuellen Sichtung und dem gründlichen Studium aller gesammelten Kernaussagen, sortiert nach Ländern, Beobachtungsfeldern oder Aussagenart (Stärken, Schwächen, etc.).

Stufe Zwei bestand in einem permanenten kritischen, analysierenden Diskurs der Beteiligten, um mit Hilfe der zur Verfügung stehenden Kategorien die darüber liegenden allgemeinen Muster besser zu erkennen und zu verstehen. Auf diese Weise entstanden aus den „rohen“ Kernaussagen und Daten Arbeitshypothesen, die im Laufe des Prozesses immer wieder hinterfragt, abgewogen und der Datensammlung gegenübergestellt wurden. Ergebnis sind sieben Annahmen zu Deutschland, die teilweise bemerkenswerte Unterschiede zum Selbstbild der Deutschen oder zum breitgetretenen Klischee offenbaren.

In Stufe Drei wurden die zehn zentralen Beobachtungsfelder vor dem Hintergrund der gewonnenen Annahmen zu Deutschland noch einmal vertieft analysiert und aufbereitet.

NEU GEWONNENE ANNAHMEN

Aus der Zusammenfassung, der vergleichenden Analyse und Interpretation der Kernaussagen haben wir allgemeine Bilder von Deutschland abgeleitet – verdichtete Aussagen darüber, wie wir vermuten, dass Deutschland im Ausland wahrgenommen wird. Diese haben freilich keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit im Sinne einer repräsentativen Umfrage. Es handelt sich vielmehr um Realitätskonstruktionen, die systematisch aus den qualitativen Interviews abgeleitet, intersubjektiv validiert wurden, und damit mit hoher Wahrscheinlichkeit auch zutreffen. Die am häufigsten hervortretenden Elemente der Fremdbilder werden im Folgenden beschrieben.

Annahme 1:

Die „Deutsche Freiheit“: ein spezielles Produkt von Disziplin und Leistung

Deutschland wird von den meisten Gesprächspartnern als ein Land mit einem schwer zu übertreffenden Maß an persönlicher Freiheit gesehen. Dabei wird von Anfang an klar, dass es sich um eine sehr spezielle Definition von Freiheit handelt, denn: das Recht frei zu sein hat in Deutschland, wer sich an Regeln und Gesetze hält und diszipliniert seinen Beitrag leistet – also die vereinbarte Pflicht erfüllt.

*„Der ‚American Dream‘ bedeutet: Jeder kann alles werden – Der ‚German Dream‘ bedeutet: Jeder kann die Vorteile Deutschlands genießen: soziale Sicherheit, Infrastruktur, Freiheit, Bildung, Umwelt und Lebensqualität.“
(Israel)*

Für die externe Wertschätzung „deutscher Freiheit“ spielen staatliche Versorgungsleistungen eine große Rolle, denn sie erlauben es dem Einzelnen, sich auf seine Selbstverwirklichung zu konzentrieren, da für die Grundbedürfnisse gesorgt ist. Ein Sozial- und

„Was ist die Idee von Freiheit? Hier in Brasilien weiß man, dass man keine großen Freiheiten hat, nutzt sie aber besser. In Deutschland weiß man oft nicht zu schätzen, was man hat, auch an Freiheiten.“ (Brasilien)

Gesundheitssystem, das auch arme Menschen trägt, ein sehr gut entwickeltes öffentliches Verkehrswesen, ein hohes Maß an öffentlicher Sicherheit, die Verfügbarkeit und Erschwinglichkeit aller Güter des täglichen Bedarfs sowie der Zugang zu hochwertiger Bildung erlauben es den Bürgern Deutschlands, sich frei zu fühlen. Den Deutschen wird aber auch zugeschrieben, ihren Freiheitsbegriff

„In Deutschland kann man sich sehr frei bewegen; es hat auch eine hohe soziale Sicherheit – im Verhältnis zu Frankreich.“ (Frankreich)

stark darüber zu definieren, wovon sie frei sind. Freiheit von Sorgen, von Krankheit, von Arbeitslosigkeit, von Krieg stellen solche Beispiele dar.

Diese spezifische Form der Freiheit wird in Deutschland jedoch zu einem gewissen Preis erkaufte, sie ist nicht selbstverständlich sondern voraussetzungsreich. Von außen verweisen kritische Stimmen auf Begleiterscheinungen, die Grund zum Nachdenken geben.

Auf der Kostenseite wird von anderen Nationen vor allem die auffallend strenge Disziplin im Umgang mit Regeln und gesellschaftlichen Erwartungen verbucht. Die hohe Regelkonformität führt im Ausland zu einer seltsamen Wahrnehmung der Deutschen: Ein wenig flexibles Volk, das die eigenen Standards nicht besonders feinfühlig, aber dafür umso überzeugter, energischer und sturer vertritt.

„Ich möchte nicht in Deutschland leben, die Freiheit ist sehr gering, für alles gibt es Kontrollen und Strafen, das ist mir einfach zu viel Kontrolle. Es scheint, selbst die Pilze im Wald werden gezählt und beschriftet.“ (Kasachstan)

Anderorts wird konstatiert: Wer sich zu mechanistisch an Regeln halte, dem drohe sowohl der Verlust seiner Kritikfähigkeit als auch seiner Kreativität. Zu bedenken wird auch gegeben, dass Migranten häufig aus Ländern stammen, in denen eine andere Auffassung von Freiheit dominiert.

Der beschriebene deutsche Freiheitsbegriff ist auch folgenreich für den Blick Deutschlands in die europäische Zukunft. Eine Vision Europas als „gut geölte Regelwerk-Maschine“ wird von vielen anderen Mitgliedsstaaten nicht verstanden oder als nicht attraktiv empfunden. Ein rigides Verhalten, das nur zur Einhaltung bestehender Regeln dient, ohne

„Die Deutschen haben viele unreflektierte Prinzipien und Regeln, z.B. bei roten Ampeln – auch während des Karnevals in Köln - bleiben alle stehen.“ (Frankreich)

in der Situation sinnvoll zu wirken, gilt als absurd.

Aus solchen Fremdbildern könnte Deutschland lernen, seine bereits erlangten Freiheiten zu nutzen, um Kritikfähigkeit, Kreativität und wechselseitige Sensitivität zu fördern – im eigenen Land, in Europa und in der Welt.

Annahme 2:

Emotionale Distanz – Liebe auf den zweiten Blick

Deutschland wird im Ausland häufig über Produkte, Systeme oder Regelwerke wahrgenommen. Die Deutschen wirken auf den ersten Blick distanziert und nüchtern, sie arbeiten hart und verhalten sich organisatorisch und technisch effizient. Das Stichwort Deutschland löst bei den Befragten kaum Emotionen aus, fast alle Reaktionen liegen zunächst auf der rationalen Ebene.

„Hin und wieder könnte man die Deutschen aber ein bisschen schütteln und fragen, was los ist, wo ihre Emotionen und ihr Enthusiasmus für die Zukunft geblieben sind. Man spürt Sättigung auf hohem Komfortniveau.“ (Israel)

Wenn sich andere Länder auf die Suche nach deutschen Gefühlen begeben, finden sie ein starkes Pflicht- und Verantwortungsgefühl, Verbindlichkeit, Verlässlichkeit, Vertrauen. Aber auch eine Reihe von Ängsten: vor dem Verlust liebgewonnener Errungenschaften des Wohlfahrtsstaates oder vor Versagen oder Fehlern. Zudem laste die Schuld des Holocaust

immer noch schwer auf den Schultern des deutschen Volkes. Die Deutschen sprühen offenbar nicht auf Anhieb vor Freude, Euphorie und Sympathie. Dass sie während der Fußball-WM 2006 oder beim Kölner Karneval auch ein spontan lachendes Gesicht zeigen konnten und können, hat viele Gesprächspartner überrascht.

„Das Sommermärchen 2006 war für mich eine große Umstellung: Wie spontan und emotional plötzlich die Deutschen waren!“ (Polen)

Dennoch bescheinigen fast alle Befragten den Deutschen eine hohe Verbindlichkeit, Respekt, Hilfsbereitschaft und Solidarität. Erst auf den zweiten Blick erschließt sich diese positive Seite der deutschen Seele. Wer es schaffe, die Freundschaft eines Deutschen zu gewinnen, könne sich ihrer Dauer und Stabilität sicher sein.

„Die Deutschen brauchen relativ lange, um warm zu werden, sind aber grundsätzlich herzlich und lassen sich auf langfristige Beziehungen ein. Wer geduldig ist, wird belohnt!“ (Kenia)

Einige Gesprächspartner erkennen auch eine „gesunde Distanz“ der Deutschen, die die Privatsphäre bewahrt und wechselseitigen Respekt fördert. Deutschland hat es bislang

gut verstanden, von solchen Außenzuschreibungen wirtschaftlich zu profitieren. Zurückhaltende Vermarktungsstrategien sind gut verknüpft mit dem Image, kühl und planvoll vorzugehen. Die Distanziertheit hilft nicht zuletzt in der Außenpolitik, heikle Themen unparteiisch und versachlicht zu behandeln.

Gleichwohl: Heute unterliegt Deutschland einem durchaus beabsichtigten Wandel hin zu einer Nation, die den Erwartungen des Rests der Welt mehr entgegenkommt. Die Welt will Deutschland greifbar und authentisch erleben, mit seinen Menschen in Tuchfühlung kommen und sich argumentativ reiben – auch bei schwierigen Themen.

„Deutschland verkauft zu sehr sein Hirn (Technik, Business etc.) und zu wenig sein Herz (Spaß, Natur, Kunst und Kultur, Orchester, Movies, Musik etc.). Deutschland muss anfangen, emotionale Geschichten zu erzählen (story-telling), um die Herzen zu gewinnen.“ (Indien)

Am Beispiel Berlins wird häufig deutlich gemacht, dass ein junges und von außen angereichertes Deutschland sich auf dem Weg zu einem neuen Selbstverständnis befindet. Schumachers eiserne Miene und tödlicher Ernst wird heute zunehmend von Vettels Lockerheit und gelassenem Lächeln abgelöst. Die maschinell-effiziente und im Ausland als unsympathisch wahrgenommene Fußballnationalmannschaft der 80er- und 90er-Jahre ist mittlerweile multikultureller geworden und zeigt ein freudiges und variantenreiches Spiel, in dem sich auch das neue Selbstverständnis Deutschlands besser ausdrückt.

Annahme 3:

Vom Backseat- zum Frontseat-Driver – Führen aus der zweiten Reihe reicht für Deutschland nicht mehr!

Die Erwartungen vieler Länder an eine stärkere Rolle Deutschlands innerhalb Europas, aber auch weltweit, sind immens. Doch scheint Deutschland derzeit in den Augen der Welt für eine solche Rolle noch nicht vorbereitet zu sein oder sich in ihr nicht recht wohl zu fühlen.

„Deutschland ist nun DIE Stimme der EU, man wird genau beobachtet und auch verantwortlich gemacht werden, darin sehe ich die größte Herausforderung. Es gibt im Moment nur einen Löwen im Ring – das ist Deutschland!“ (Indien)

„Zieht die größeren Schuhe an – sie werden Euch passen!“ (USA)

In den Gesprächen wird klar, dass für die Deutschen ihre Rolle ungeklärt ist. Diese Ungeklärtheit – zwar im Fahrersitz zu sitzen, aber trotzdem vom Rücksitz aus fahren zu wollen – führt international zu Missverständnissen. Die eigene deutsche Angst vor Überforderung, gepaart mit einer unklaren Identität, trägt nicht zu einem selbstbewussten Ausgleich von Interessen mit anderen Partnern bei.

Fast durchgängig wird von Deutschland aber eine starke Rolle erwartet. Nur wenige Gesprächspartner äußern sich wegen der einstigen Großmachtsucht und der Nazi-Verbrechen zögerlich zu einer stärkeren Position Deutschlands.

„Es sind interessante Zeiten für Deutschland, in denen der nationale Charakter neu definiert werden muss. Deutschland muss in seiner emotionalen Rolle stärker werden, in anderen wirtschaftlichen Fragen ist es schon robust. Außerdem braucht es neue Partnerschaften zur Ausgestaltung dieser Rolle.“ (Indien)

Weil Deutschland den zahlreichen Beziehungsangeboten, die es aufgrund der neu zugeschriebenen Rolle erhält, zu wenig Aufmerksamkeit schenkt, bleiben deutlich artikuliert Enttäuschungen nicht aus. Deutschland wird weltweit als ehrlicher Mittler wahrgenommen, bei dem man keine versteckte Agenda vermutet. Die Erwartungen an

Deutschland, diese Rolle des ehrlichen Mittlers in Zukunft noch öfter zu übernehmen – besonders auch auf heiklem Terrain wie Iran und Syrien und nicht nur bei „politisch ungefährlichen“ Themen wie Energie und Klima – sind erstaunlich hoch.

Deutschland wird zudem die Fähigkeit zugesprochen, eine überzeugende Zukunftsvision für Europa formulieren und glaubwürdig vertreten zu können, sowohl in politischer, als auch in wirtschaftlicher Hinsicht. In diesem Zusammenhang erwartet man von Deutschland, eine führende Rolle bei der Entschlackung und Entbürokratisierung der EU zu spielen.

„Deutschland sollte sich dafür stark machen, dass es nur noch drei offizielle EU-Sprachen gibt, in denen alle Dokumente erscheinen müssen: englisch, französisch und deutsch. Wo liegt der Sinn, jedes einzelne Dokument in alle 27 Sprachen zu übersetzen? Da wird eine Horde von Übersetzern beschäftigt und die Prozesse verlangsamen sich enorm!“ (Großbritannien)

„Warum ist das halbe europäische Parlament in Straßburg und das andere in Brüssel? Deutschland muss sich darum kümmern, diese Ineffizienzen zu beseitigen!“ (Großbritannien)

„Deutschland orientiert sich immer noch zu stark an den USA, England, Frankreich oder der EU, es dreht sich bei einem Schritt nach vorn immer gleich um, um zu sehen, ob diese Partner auch noch da sind. Wir fühlen uns da außen vor. Deutschland sollte sich unabhängiger machen, auch von bestehenden Bündniszugehörigkeiten. Mein Bild dazu: Deutschland erinnert mich an den 50-jährigen Sohn – gut aussehend, gut ausgebildet und gut verdienend – der immer noch bei seinen Eltern wohnt, weil ihn irgendein traumatisches Kindheitserlebnis daran hindert, endlich auszuziehen und sein eigenes Leben zu führen!“ (Indien)

Außerdem werden Stimmen laut, dass eine stärkere Bündnisunabhängigkeit Deutschlands wünschenswert sei – vor allem für Schwellenländer.

Aufgrund seiner soliden Position werden Deutschland große Chancen in der zunehmenden Dynamik der sich verändernden zwischenstaatlichen Beziehungen eingeräumt. Man regt vielfach an, Deutschland besser und vielfältiger erfahrbar zu machen über den Austausch von Menschen aus den unterschiedlichsten Bereichen – von der

Bühnenbildnerin bis zum Orientalisten und vom Abwasserexperten bis zur Fonds-Managerin. Eine bessere Kenntnis des Anderen gilt zu Recht als Voraussetzung dafür, engere oder neue Bündnisse zu schließen. Positive Erfahrungen mit Menschen aus aller Welt erleichtern es den Deutschen, sich mit Hilfe eines breiteren gesellschaftlichen Konsenses auf die neue globale Rolle Deutschlands vorzubereiten.

„Wenn Deutschland mehr ausländische Studenten ins Land ziehen könnte, würde es den Menschen aus aller Welt helfen, eine weichere Weltsicht zu bekommen und Unterschiede nicht als Bedrohung, sondern als Bereicherung zu sehen.“ (USA)

Annahme 4:

Deutschland verkauft sich unter Wert

Deutschland steht für Funktionalität, Qualität und Langlebigkeit seiner Produkte, für Leistungsstärke, Effizienz und Zuverlässigkeit. Doch vermitteln und vermarkten können Deutsche diese Qualitäten und Kompetenzen offenkundig nur mäßig. Größtes Vertrauen genießt Deutschland in den Bereichen Umwelt-/ Erneuerbare Energie-Technologie, Maschinenbau und Pharma – oftmals als Marktführer.

„Made in Germany steht ganz eindeutig für Qualität.“ (Türkei)

„Made in Germany beruht eher auf persönlichen Erfahrungen, nicht aber auf der Vermarktung der deutschen Marke. Hier sind andere Länder stärker.“ (Südafrika)

„Überspitzt formuliert kann man sagen, dass wenn nicht die einzige, so doch die sichtbarste Außenkommunikation Deutschlands von der deutschen Automobilindustrie durchgeführt wird.“ (Marokko)

Das Label „Made in Germany“ hat nach wie vor einen exzellenten Ruf, es wird jedoch zunehmend mit den deutschen Klassikern unter den Produkten in Verbindung gebracht und immer weniger mit neuen Produkten, Konzepten oder Ideen. Von außen betrachtet sind China und Japan als technologische „Frontrunner“ und die USA in der Forschung stärker präsent. In der Fremdwahrnehmung gut sichtbar ist allein die deutsche Automobilindustrie, die weiterhin stets als erstes mit Deutschland in Verbindung gebracht wird.

Das gleiche Defizit an Werbung in eigener Sache zeigt sich auch bei der Vermittlung der eigenen politischen Positionen und Botschaften. Manche Kritiker gehen sogar so weit, Deutschland einen Mangel an politischer Vermittlungskompetenz im internationalen Rahmen zu attestieren – im Widerspruch zu den Ansichten, die eine stärkere Vermittlerrolle erwarten und zutrauen, da die Deutschen als sehr strukturiert, methodisch und regelorientiert geschätzt werden.

„Deutschland spielt in der EU eine starke, verantwortungsbewusste Rolle, muss diese aber noch besser vermitteln.“ (Südafrika)

Während andere Nationen stärker mit der eigenen Kultur verbunden werden, wird bedauert, dass

„Das Goethe-Institut macht zwar sehr gute Dinge, aber in Summe ist Deutschland kein Meister im Vermitteln seiner Kultur und im Nutzen der Deutschen-Alumni im Ausland.“ (Indonesien)

„Deutschland ist in den brasilianischen Medien kaum präsent. Es ist auch bezeichnend, dass der größte brasilianische TV-Sender keinen Korrespondenten in Deutschland hat, nur in Frankreich und Großbritannien. Die Zeitungen berichten über die Wirtschaft in Deutschland, nicht aber über das Leben in Deutschland.“ (Brasilien)

Deutschland seine kulturelle Vielfalt nicht adäquat nutzt, um nach außen hin seine Identität und seine Wertvorstellungen zu vermitteln. Man erwartet ein größeres Engagement der im Ausland verankerten deutschen Institutionen wie der Botschaften und der Goethe-Institute, einen intensiveren kulturellen Austausch sowie eine stärkere mediale Präsenz.

Immer wieder hervorgehoben wird auch der Wunsch, an „deutschem Wissen“ in größerem Umfang teilzuhaben und von deutscher Erfahrung lernen zu können. Ein gegenseitiger Wissens- und Erfahrungsaustausch in wirtschaftlicher,

wissenschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Hinsicht würde die Sichtbarkeit der Marke Deutschland erheblich verbessern.

„Deutschland ist ein 'Knowledge Power House'. Den Wissensaustausch mit seinen Partnern sollte Deutschland auf internationaler Ebene sehr viel stärker betreiben.“ (Großbritannien)

Die deutsche Zurückhaltung wird vorrangig auf die Vergangenheit zurückgeführt, die Staat und Gesellschaft

noch heute durch eine prononcierte Erinnerungskultur prägt und sich auch im politischen Handeln und in der Vertretung nationaler Interessen niederschlägt. Die Sorge, den Anschein von Stolz, Dominanzstreben oder sogar Führungswillen zu erwecken, verhindert die Vermittlung der deutschen Position und Kompetenz. Ohnehin steht das nüchterne, rationale und zurückhaltende Auftreten der Deutschen einer offensiven Vermarktung der eigenen Produkte im Weg. Es fehlt an Mitteilungsfreude, berechtigtem Stolz und Euphorie. Im Unterschied zu anderen Nationen konzentriert sich Deutschland lieber auf die 10 Prozent, die es noch nicht erfüllt, als auf die 90 Prozent, mit denen es bereits erfolgreich ist.

Annahme 5:

Risse im Deutschlandbild – Berlin als Symbol für neue Farbtöne

Über die unterschiedlichen Facetten Deutschlands ist im Ausland wenig bekannt. Relativ häufig genannt werden traditionelle Stärken im wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und kulturellen Bereich, dort noch immer besonders die deutsche klassische Literatur, Musik und Philosophie. Jenseits der aktuellen Berichterstattungen zur Eurokrise schaffen es nur wenige deutsche Marken in das internationale Bewusstsein.

Fester Bestandteil des Deutschlandbildes ist weiterhin die nationalsozialistische Vergangenheit und deren Aufarbeitung, die große Anerkennung bekommt. Allerdings wird der Umgang mit der NS-Vergangenheit nach Generationen differenziert betrachtet: Nach Ansicht der Befragten hat die

„Bei Deutschland denke ich zuerst an kleine, ordentlich, saubere Städte und nicht an große Industriestädte - daher hat mich Berlin bei meinem ersten Besuch sehr überrascht.“ (Russland)

jüngere Generation der Deutschen bereits einen distanzierteren Bezug zur eigenen Geschichte, während die ältere Generation häufig noch schuldbeladen auftritt.

Die Bewunderung für den Wiederaufbau Deutschlands und die damit einhergehenden wirtschaftlichen Errungenschaften mündet in ein Bild von Deutschland, in dem materielle oder technologische Elemente wie „Made in Germany“, deutsche Ingenieurskunst („German Engineering“), Infrastruktur, aber auch soziale Aspekte wie Solidarität und Gemeinsinn hervortreten.

Seit der Wiedervereinigung – die man als logische Konsequenz des Wiederaufbaus begreift – wird Deutschland als sehr viel selbstbewusster wahrgenommen, das seine nationalen Interessen klarer betont. Zum gegenwärtigen Deutschlandbild gehören Naturverbundenheit, ein glaubwürdiges Umweltbewusstsein und das damit verbundene Engagement der Bürger.

„Die Geschichte Deutschlands scheint zu einem Identitätsproblem geführt zu haben. Meiner Meinung nach darf man aber wieder selbstbewusster auftreten. Man muss ja nicht vergessen, aber sich distanzieren ist legitim.“ (Marokko)

„Die WM 2006 in Deutschland hat mich sehr beeindruckt, es war ein Wendepunkt für Deutschland und für die Wahrnehmung Deutschlands - diese Form von ‚soft patriotism‘ gefällt mir gut, die Deutschen können endlich wieder stolze Bürger sein und sich zur deutschen Gesellschaft bekennen.“ (Israel)

Über das aktuelle Leben in Deutschland ist ansonsten wenig bekannt. Viele Gesprächspartner wünschen sich, dass Deutschland in ihrem Land vor allem kulturell sehr viel

präsenanter sei. Jeder, der einen intensiven Kontakt zu Deutschland pflegt, hat kein Verständnis dafür, dass Deutschland so wenig mit seinen „weichen“ Faktoren wirbt und mit ihnen nicht den Weg für

„Deutschland ist lockerer und sympathischer geworden in den letzten Jahren. Berlin ist die interessanteste und sympathischste Hauptstadt Europas geworden.“ (Großbritannien)

„Die Lebensart in Berlin speist sich aus der besonderen Fähigkeit, dass die verschiedensten Menschen mit den unterschiedlichsten Interessen sich akzeptieren und nebeneinander leben.“ (Chile)

weitergehende Kooperationen – auch im wirtschaftlichen Bereich – bereitet.

Deutlich und durchgängig abweichend von der allgemeinen Wahrnehmung Deutschlands sind die Aussagen zu Berlin. Die Bilder von Berlin stehen für eine kulturelle Metropole Europas, die internationale Aufmerksamkeit und Neugier auf sich zieht. Berlin

symbolisiert Inspiration, Kreativität, Emotionalität, Vielfalt, Multikulturalität und Weltoffenheit – und

damit das Gegenteil von dem, was Deutschland sonst häufig zugeschrieben wird. Die emotionale und bunte Wahrnehmung Berlins deutet darauf hin, dass das überkommene Deutschlandbild Risse aufweist. Dies mag darauf hinweisen, dass sich neue Farbtöne, neue Merkmale herausbilden.

Annahme 6:

Wertschätzung für die Deutschen – geprägt vom Tun, nicht vom Sein

Weltweit wird Deutschland und den Deutschen eine große Wertschätzung entgegengebracht. Bemerkenswert daran ist, dass sie in erster Linie Anerkennung und Respekt beinhaltet, weniger jedoch eine emotionale Zuwendung. Dazu passt, dass diese Wertschätzung vor allem die Leistungen der Deutschen würdigt. Nur in diesem Punkt ist sie ungeteilt. Zugespitzt formuliert: Die Wertschätzung der Deutschen gilt vorrangig dem, was sie tun und nicht dem, was sie sind.

„Wenn man an Deutschland denkt, kommt einem als erstes Qualität, Maschinenbau und Industrie in den Sinn.“ (China)

„Die Deutschen sind im Sport gut und ehrgeizig: Selbst beim kleinen Jogging im Wald haben sie ein konkretes Ziel im Kopf.“ (Frankreich)

„Nach Deutschland gehe ich als Künstler zum ungestörten, konzentrierten Arbeiten, nach Frankreich gehe ich zum Träumen.“ (China)

Belege dafür finden sich in den positiven Eigenschaften, die man den Deutschen gerne zuschreibt. So stehen Fleiß, Disziplin, Systematik, Geradlinigkeit und Verbindlichkeit in einem direkten Bezug zum wahrgenommenen Arbeitsethos der Deutschen. Deutsche Tugenden leiten sich daraus ab, *wie* Dinge getan werden.

„Eine Erklärung der anhaltenden Wirtschaftskraft Deutschlands kann im Bildungssystem liegen. Es ist mit seinem dualen System sehr auf Nachhaltigkeit ausgelegt und gilt als Basis von wirtschaftlichem Wachstum.“ (USA)

„Das Ausbildungssystem in Deutschland hat Vorbildcharakter für Indonesien: Lehre, Meisterbrief. Denn hier fehlt ein gut ausgebildeter Mittelbau an Fachkräften. Dies ist ein Exportgut, wofür wir uns sehr interessieren.“ (Indonesien)

„In Deutschland werden auch handwerkliche Berufe dank des Meistersystems geschätzt und genießen einen guten Ruf.“ (Japan)

Ein weiteres Indiz liefert das offenbar weit verbreitete Bedürfnis, die Ursachen und Quellen der Qualität deutscher Arbeit zu ergründen. Dieses Bedürfnis scheint deutlich durch die differenzierten Erklärungsversuche hindurch, die dazu angestellt werden. Zum einen gibt es die generelle Wahrnehmung, dass die deutsche Gesellschaft Arbeit in hohem Maße anerkennt, auch Tätigkeiten ohne akademische Qualifikation. Zum anderen umfasst die Spanne der herangezogenen Erklärungen Formen frühkindlicher Förderung wie Basteln, das bewährte System der dualen Berufsbildung, die Tradition des Handwerks, die von kleinen und mittleren Unternehmen geprägte Wirtschaftsstruktur sowie die Verzahnung von Wissenschaft und Wirtschaft.

Die vielfältigen Kooperationsangebote anderer Länder, ihr Wunsch nach Wissens- und Technologietransfer, unterstreichen die Wertschätzung deutscher Leistungsfähigkeit und Performance. Wie sehr diese Wertschätzung das Deutschlandbild prägt, legt im Umkehrschluss nahe, dass das Interesse an Deutschland stark von seiner Leistungsfähigkeit abhängt.

Annahme 7:

Deutschland braucht Europa, Europa braucht Deutschland

Aus der Perspektive zahlreicher Länder ist Deutschland sehr eng und stark mit Europa vernetzt, was eine wechselseitige wirtschaftliche und politische Abhängigkeit bewirkt. Dabei begründen die zentrale Lage und die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit Deutschlands seine besondere Bedeutung für Europa. Auch wird oftmals darauf hingewiesen, dass Deutschland als Exportnation Nummer Eins in Europa auch eine besondere Verantwortung für die EU zukommt.

Der Nutzen Europas für Deutschland scheint anderen Nationen klar ersichtlich. Dem deutschen Volk hingegen wird, so die Fremdwahrnehmung, von seiner politischen Führung noch nicht genügend begreiflich gemacht, in wie vielerlei Hinsicht man von der EU profitiert. Auch wird ein eindeutigeres Bekenntnis zu einem starken Europa gefordert, das sich in

„Es ist ein europäisches Problem, dass es keine wirkliche Führungspersönlichkeit gibt. Großbritannien kann da nichts beitragen, Sarkozy hat zu viele Probleme im eigenen Land, es bleibt nur Angela Merkel.“ (Brasilien)

zugetraut, das europäische Projekt weiterzutragen und sicherzustellen, dass die Stimme eines starken, geeinten Europas auch zukünftig Gehör in der Welt findet. Nicht nur aus historischen Gründen sieht man ein führendes Deutschland aber auch mit gewisser Skepsis. Man mahnt mehr Partnerschaftlichkeit an und fordert ein Denken in

„Merkel sollte unbeirrt auf Europa setzen, auch wenn Deutschland mehr einsetzen muss als andere. Denn es profitiert auch am stärksten. Wenn Europa scheitert, bricht die Wirtschaft zusammen und die Demokratie ist gefährdet.“ (Niederlande)

„Es ist ein Fehler der deutschen Politiker, dass sie ihren Bürgern nicht richtig vermitteln, dass der Erfolg und die Stärke Deutschlands in Europa daher kommen, dass die anderen EU-Länder deutsche Exportgüter kaufen.“ (USA)

einer expliziten Europastrategie Deutschlands niederschlägt.

Die aktuelle Finanzkrise im Euroraum hat vielen deutlich gemacht, dass nicht viele Nationen für eine führende Rolle neben Deutschland in Frage kommen. Deutschland wird

„Deutschland sollte innerhalb der EU eine intelligente und konsensbildende Führung einnehmen, keine vormundschaftliche und übermächtige Position. Deutschland sollte Vertrauen schaffen und mit Überzeugung für eine integrierte EU eintreten.“ (Spanien)

Win-Win-Konstellationen. Deutschland ist zur Führung aufgefordert, solange es dialogorientiert und im Geiste Europas agiert.

Als erklärungsbedürftig gilt im aktuellen Zusammenhang der Finanzkrise vor allem die Strenge Deutschlands im Umgang mit Finanz- und Budgetregeln. Dahinter wird, trotz des ernstesten Bemühens um ein nachhaltiges Krisenmanagement, eine egoistische Haltung Deutschlands vermutet.

*„Deutschland hat sich lange Zeit konditionslos für die europäische Idee eingesetzt und von der europäischen Marktintegration sehr profitiert. Jetzt fehlt es an einem klaren Bekenntnis und Einsatz zur europäischen Idee.“
(Spanien)*

Auch jenseits der europäischen Grenzen wird Deutschland vielfach aufgefordert, sich weltweit stärker zu engagieren und auf die Suche nach neuen Partnern zu gehen. Diese Erwartung wird vor allem aus den Schwellenländern, aber auch europäischen Anrainerstaaten deutlich.

*„Die Anomalität (Normalität = Eigeninteressen) der deutschen Politik hat europäische Normalität ermöglicht. Was hätte die Normalität der deutschen Politik zur Folge?“
(Niederlande)*

ERGEBNISSE ZU ZENTRALEN THEMEN

Ab der zweiten Phase des Interviews nahmen die Befragten zu den zentralen Themen der deutschen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft Stellung. Dabei bildeten die zehn oben genannten Themenfelder den Rahmen für die Fragen und Antworten.

Die Verteilung der Kernaussagen auf die zentralen Themenfelder ist interessant: Die mit Abstand meisten Aussagen konnten im Beobachtungsfeld „Wirtschaft & Nachhaltigkeit“ gesammelt werden. Nur wenige Gesprächspartner äußerten sich zum Beobachtungsfeld „Glauben & Ethik“. Während „Kultur & Familie“ und „Demokratie & Bürgerbeteiligung“ im guten Mittelfeld liegen, sind „Wissenschaft & Innovation“ und „Infrastruktur & Mobilität“ eher im unteren Drittel abgeschlagen. Das Themenfeld „Energie & Klima“ wurde von den meisten Interviewpartnern als erstes Gesprächsthema ausgewählt

Es liegen etwa doppelt so viele Stärkeaussagen wie Schwächeaussagen vor. Mit der Auswahl von differenziert blickenden Gesprächspartnern wurde versucht, das Risiko der sozialen Erwünschtheit zu reduzieren. Während sich Aussagen zu Risiken und Chancen einigermaßen die Waage halten, wurden doch viele Erwartungen an Deutschland gerichtet. Nur wenige Aussagen enthielten deutliche Befürchtungen oder sonstige, nicht zuordenbare Inhalte.

Themenfeld 1:

Demokratie & Bürgerbeteiligung: Partizipation und Föderalismus als Modell für andere?

Im Ausland wird Deutschland als eine moderne, gefestigte und vorbildlich funktionierende Demokratie wahrgenommen, die ihren Bürgern zahlreiche Beteiligungs- und Mitspracherechte

„Kollektive Entscheidungsfindungsprozesse kommen aus der kulturellen Tradition Deutschlands. Dieses tiefe demokratische Grundverständnis der deutschen Gesellschaft schätze ich sehr.“ (Chile)

„Deutschland stolpert oft über seine kollektive Ausprägung. Zu allem braucht es einen Konsens, alles muss mit allen diskutiert und abgestimmt werden - das blockiert Innovation und verschwendet Zeit.“ (Frankreich)

„Es herrscht großer Respekt vor einmal getroffenen Entscheidungen.“ (Frankreich)

einräumt. Obwohl die vielen Möglichkeiten der Partizipation manche politischen und administrativen Prozesse merklich verlangsamen, schaffen sie gleichzeitig eine hohe Akzeptanz für getroffene Entscheidungen. Sie entsprechen einer allgemeinen Konsensorientierung, die ausländischen Beobachtern charakteristisch für die deutsche Gesellschaft zu sein scheint.

Als weitere Merkmale der politischen Kultur in Deutschland werden ein ausgeprägter Bürgersinn, ein hoher Organisationsgrad der Bevölkerung in Vereinen, Nichtregierungsorganisationen und Kirchen sowie ein besonderes Interesse an lokalen und regionalen Themen und Entscheidungen benannt. Demokratie, Meinungsfreiheit und Menschenrechte gelten als bereits in der Erziehung früh und tief verankert. Nicht zuletzt finden die rechtsstaatliche Tradition der Bundesrepublik und der kritische Umgang mit Korruption positive Erwähnung.

„Deutschland hat in Europa die meisten und erfolgreichsten Bemühungen um den richtigen Umgang mit der eigenen Vergangenheit gemacht. In Deutschland ist die Erziehung zur Demokratie am tiefsten verwurzelt“ (Polen)

Die politische Landschaft in Deutschland wird als relativ stabil beschrieben, mit nur geringen Chancen für Extremisten. Als mögliche Gefahren für die Stabilität der Demokratie werden eher

– und auch das nur vereinzelt – ein drohender Wirtschaftsabschwung, ein Auseinanderbrechen der EU und der Bedeutungsverlust der Volksparteien angesprochen. Stabilisierend wirken hingegen eine funktionierende Bürokratie, die Fünf-Prozent-Klausel bei Bundestagswahlen und der Sozialstaat. Außerdem werden die Entstehung und Popularität der Grünen, das Aufkommen der Piratenpartei und die Diskussionen um Stuttgart 21 als Indizien für die Innovationsfähigkeit und das Veränderungspotential im politischen Raum herangezogen.

Kritisch begegnet man den Konsequenzen politischer Entscheidungen im Inland für das Agieren Deutschlands auf supranationaler Ebene. So wird etwa ein kausaler Zusammenhang zwischen der Landtagswahl in Baden-Württemberg und dem abrupten Atomausstieg hergestellt, der die Verlässlichkeit Deutschlands als Partner in Frage stelle.

*„Im Aufbau und in der Finanzierung von Parteien ist Deutschland ein großes Vorbild für Südafrika.“
(Südafrika)*

*„Der deutsche Föderalismus ist für Marokko interessant, da es im Umgang mit der Westsahara Orientierung geben könnte.“
(Marokko)*

„Vorbildlich ist der deutsche Föderalismus, hier könnte Indien auch einiges dazulernen.“ (Indien)

Dass den Deutschen nach dem Zweiten Weltkrieg ein schneller Aufbau demokratischer Strukturen, einer kritischen und pluralistischen Medienlandschaft und eines stabilen Mehr-Parteien-Systems gelungen ist, wird im Ausland anerkannt, wenn nicht gar bewundert. Deshalb besteht auch

vielfach Interesse an deutschem Erfahrungswissen, besonders hinsichtlich des föderalen politischen Systems, weil es effizient, dezentralisiert und bürgernah sei. Vertreter anderer Länder finden, dass das Modell des deutschen Föderalismus gut umsetzbar und übertragbar ist und bei ihnen angewandt werden sollte.

Themenfeld 2:

Sicherheit & Entwicklung: Eine friedliebende Nation

Am häufigsten mit diesem Themenfeld assoziiert sind Aussagen rund um die deutsche Sicherheitspolitik – im europäischen und im internationalen Kontext. Überwiegend wird die Bundesrepublik als pazifistisches Land ohne ausgeprägten Interventionsdrang eingeordnet. Man

„Die Stimme Deutschlands wird in der Weltpolitik gehört. Seine ausgeglichene, diskrete, aber solide Art wird einerseits geschätzt, ein deutlicheres Auftreten etwa im Rahmen des arabischen Frühlings wäre gewünscht.“ (Marokko)

führt diesen Pazifismus sowohl auf die deutsche Vergangenheit (2. Weltkrieg) als auch auf die militärische Schwäche Deutschlands zurück, doch werden zudem Prinzipien und Werte, eine friedliebende Haltung der Bevölkerung sowie das Priorisieren wirtschaftlicher Motive aufgeführt. Die Rückmeldungen der Gesprächspartner reichen von Zufriedenheit mit der aktuellen

Außenpolitik Deutschlands und Lob für deutsche Beiträge zur Friedenssicherung bis hin zum Wunsch nach einer klareren und offensiveren Positionierung, die der heutigen Führungsrolle Deutschlands angemessen sei. Gewünscht werden beispielsweise eine deutsche Moderation im Nahostkonflikt, eine aktivere Unterstützung beim arabischen Umbruch und ein stärkerer Einsatz für eine gesamteuropäische Sicherheitspolitik.

Ein Aggressionspotential sagt man Deutschland nicht nach, man schätzt seine unaufdringliche Art, übt aber bisweilen Kritik an unangebrachter Zurückhaltung. Den deutschen Militärtechnologien wird beträchtliche Wertschätzung entgegengebracht, hingegen werden die militärischen Kapazitäten Deutschlands, zumindest die personellen, als sehr oder zu gering eingeschätzt.

„Deutschland hat keine dringenden Armuts- oder Sicherheitsprobleme. Gerade vor dem Hintergrund dieser gesunden Zustände muss Deutschland eine größere Rolle in der internationalen Politik übernehmen. Andere Länder müssen an dem deutschen Erfolg stärker beteiligt werden, gute Erfahrungen müssten mit einem größeren Publikum geteilt werden. Deutschland muss die Herzen gewinnen!“ (Indien)

„Als meine Tochter in Deutschland in die Schule kam, zeigte ich ihr, wie empfohlen, den Weg ein paar Mal, dann ging sie mit 5 Jahren alleine hin. In Brasilien kann man das aus mangelnder Sicherheit mit 12 Jahren noch nicht machen!“ (Brasilien)

Die innere Sicherheit Deutschlands erachten die Befragten überwiegend als vorbildlich, sowohl, was die im Allgemeinen gefühlte Sicherheit anbelangt, als auch die Art und Ausstattung der deutschen Polizeikräfte. Einige kritische Stimmen äußern sich zur zunehmenden rechtsextremen Gewalt. Nicht zuletzt aufgrund seiner diplomatischen Zurückhaltung in der internationalen Sicherheitspolitik wird Deutschland nicht als Zielscheibe terroristischer Gruppierungen gesehen.

Von der deutschen Entwicklungszusammenarbeit ist – sofern man sie überhaupt kennt – eher positiv die Rede. Genannt werden deutsche Beiträge in den Sektoren Bildung, Gesundheit, Governance und Wirtschaftsförderung. Einige Gesprächspartner merken an, die Gleichberechtigung der Kooperationspartner sei noch ausbaufähig. Empfehlungen beziehen sich auf eine zu verbessernde Sichtbarkeit deutscher Entwicklungszusammenarbeit – etwa durch die Integration in die deutsche Außen- und Sicherheitspolitik –, die Intensivierung des Wissens- und Technologietransfers sowie die Öffnung für gegenseitiges Lernen.

„Deutschland sollte sein EZ-Engagement im Ausland besser verkaufen: als Teil deutscher Außen- und Sicherheitspolitik. Deutschlands Beitrag zur EU-Sicherheitspolitik ist auch die EZ, z.B. Krisenprävention, Wiederaufbau etc.“ (Großbritannien)

Themenfeld 3:

Wirtschaft & Nachhaltigkeit: Deutschlands Wirtschaftskraft – auf bestem Weg zu Nachhaltigkeit?

„Manchmal frage ich mich: Wie machen die das mit all den Urlaubstagen, Teilzeitmodellen etc., aber ich bewundere es auch, weil wir hier viel Zeit mit ineffizientem Tun verschwenden.“ (USA)

Die starke, vor allem konsistente Wirtschaftskraft Deutschlands wird durchgängig in allen Gesprächen als herausragend dargestellt. Ein Grund für diese hohe Anerkennung ist die Schnelligkeit, mit der es Deutschland gelungen ist, den Wiederaufbau nach dem 2. Weltkrieg zu gestalten.

Hervorgehoben wird auch die soziale Dimension des deutschen Wirtschaftssystems, teilweise mit Verwunderung, wenn es um die Balance zwischen Arbeit und Leben geht.

Diese soziale Dimension der Wirtschaft, gepaart mit einer starken Umweltorientierung – auf politischer und wirtschaftlicher Ebene, aber auch im individuellen Bewusstsein –, macht Deutschland in den Augen vieler zu einem glaubwürdigen Vertreter und gewünschten Partner für Nachhaltigkeit.

„Deutschland hat es in der Hand, einen Weg zu finden, wie man die Wirtschaft wirklich nachhaltig bekommt, auch wenn derzeit kein Ökonom dieser Welt die externalisierten Kosten der Natur mit einbezieht!“ (Indien)

Gerade der deutsche Mittelstand verdient in den Augen der Welt Bewunderung, denn er gilt bei vielen als Motor für den

langfristigen wirtschaftlichen Erfolg Deutschlands. Auch was Innovationen anbelangt, zumal in technischen Nischen, ist die Leistungsfähigkeit des Mittelstands hoch angesehen. Einige Gesprächspartner gehen sogar so weit, den deutschen Mittelstand als wesentlichen Baustein der stabilen und gerechten Demokratie in Deutschland zu bezeichnen. Allerdings wird die geringe

„Die Deutschen wollen immer 100 Prozent Qualität liefern, und wenn dabei Schwierigkeiten auftauchen, haben sie keinen Plan B. Oftmals ist Flexibilität aber wichtiger als Qualität, und Improvisation ist notwendig. In Brasilien braucht man einen schnelleren Weg, um einen Kunden anzusprechen! Die Deutschen scheinen zu sagen: Wir verlieren lieber unseren Kunden als unsere Qualität!“ (Brasilien)

Sichtbarkeit des deutschen Mittelstands bedauert – vor allem in den Schwellenländern.

In der Wirtschaft kommen klassische deutsche Tugenden offenbar gut an: Fleiß, Qualitätsbewusstsein, Ordnungssinn, Präzision und Effizienz scheinen Garanten zu sein für das immer noch weit verbreitete und trotz des Rufs „gut, aber teuer“ positiv belegte Label „Made in Germany“. Das gilt

ebenso für das deutsche Qualitätssiegel TÜV. Ein gutes weltweites Image genießen in erster Linie die deutsche Automobilindustrie, Haushaltsgeräte und Technologien im Bereich der erneuerbaren Energien. Allerdings warnen Vertreter einiger Länder die Deutschen vor der ebenfalls sehr hochwertigen und innovativen Konkurrenz aus Asien. Im gleichen Atemzug wird an deutschen Unternehmen – besonders in den Schwellenländern – bemängelt, dass sie nicht flexibel genug sind, um lokale Marktrealitäten frühzeitig zu berücksichtigen, geschweige denn die dort vorhandenen Möglichkeiten gewinnbringend zu nutzen. Asiatischen Ländern wird häufig mehr Flexibilität und Schnelligkeit attestiert.

Allerdings wird in den Gesprächen auch deutlich, wie wenig man allgemein über deutsche Marken, Produkte und Firmen weiß. Man

„Der mp3-Spieler wurde in Deutschland entwickelt – das weiß nur keiner!“ (Brasilien)

betont, dass aus Deutschland zwar sicherlich viele Innovationen kommen, man ordnet diese aber nicht Deutschland zu.

„Der Mechanismus der Kurzarbeit ist ein sehr wirkungsvolles und langfristig orientiertes Instrument, um kurzfristige wirtschaftliche Krisen abzufedern. In manchen Zeiten kann es nicht nur um den Profit gehen: Kurzarbeit ist auch ein Ausdruck von Solidarität. Wenn Leute ihre Arbeitsstelle behalten können, haben sie ein erfüllteres Leben. Das ist für die Gesellschaft sehr wichtig.“ (USA)

Strukturelle Ausgleichsmechanismen zwischen Arbeitgebern, Arbeitnehmern, Gewerkschaften und Politik betrachten viele als große Stärke des deutschen Systems. Der dadurch geförderte Interessenausgleich und das konsensorientierte Handeln finden große Anerkennung und liefern zugleich eine Erklärung dafür, dass sich die soziale Schere in Deutschland weniger weit geöffnet hat als in anderen

„Deutschland ist ein innovatives Land, das gute Produkte herstellt, die den Menschen nützen. Was machen wir hier in Amerika zum Vergleich? Da geht jetzt Facebook an die Börse und hat einen immensen Kapitalwert – aber was steckt dahinter? Das ist die größte Fußballwette aller Zeiten, es hat nichts mit realen, guten und nachhaltigen Produkten oder Dienstleistungen zu tun. Die Deutschen hingegen sind produktiv.“ (USA)

Ländern wie etwa den USA. Besonders aus angelsächsischer Sicht wird positiv betont, dass sich die deutsche Wirtschaft sehr viel stärker auf die Entwicklung, Produktion und den Handel mit „realen“ Gütern konzentriert als auf den Handel mit davon abgekoppelten Kommunikations- oder Finanzwerten.

Themenfeld 4:

Energie & Klima: Ökologisch ambitioniert mit fortschrittlichen Technologien

Das deutsche Image zum Thema „Energie & Klima“ ist durchweg positiv. Deutschland wird als „grüne Nation“ wahrgenommen, den Deutschen spricht man ein ausgeprägtes ökologisches Bewusstsein und eine umweltbewusste Erziehung zu. Mit Blick auf den Umwelt- und Klimaschutz sehen die meisten befragten Personen Deutschland als europäischen, wenn nicht globalen technologischen Vorreiter und politischen Vordenker. In diesem Bereich sei Deutschland „weltweiter Primus“.

Der Ruf Deutschlands als Technologiestandort spiegelt sich in zahlreichen positiven Rückmeldungen zu den deutschen Kompetenzen in der Umwelt- und Energietechnologie. Viele Gesprächspartner betonen dabei das Know-how der deutschen Industrie rund um erneuerbare Energien und

„Deutschland hat großes Potenzial im Bereich der Alternativenergie, zu Biosprit haben wir einmal eine gemeinsame Initiative umgesetzt und auch im Bereich Solarenergie wäre Austausch und Kooperation sehr spannend. (Indonesien)

Energieeffizienz, besonders die Solar- und Windtechnologie. Sie trauen der deutschen Technik Exportchancen mit großem Volumen zu, wünschen eine umfassende Zusammenarbeit und einen

Wissensaustausch in diesem Sektor, gerade Befragte aus asiatischen Staaten. Konkret benannt werden außerdem die Bau- und Gebäudetechnologie, die Abfall- und Entsorgungswirtschaft, das Wassermanagement sowie Methoden für einen sparsamen Energieverbrauch.

Am ehesten verbinden die interviewten Personen das Thema „Energie & Klima“ jedoch mit den deutschen Plänen zum Atomausstieg, mit der geplanten Energiewende. Überwiegend fallen die Äußerungen dazu grundsätzlich positiv aus. Die deutschen Bestrebungen, die Risiken der

„Deutschland denkt in Sachen Umwelt langfristig, die Energiewende ist eine exzellente Sache. Auch wenn nur 80% und nicht 100% erreicht werden, ist das ein Erfolg für Deutschland und ein Vorbild für die restliche Welt.“ (Palästina)

Atomenergie auf diesem Wege zu vermeiden und umweltfreundlichere Energiequellen zu erschließen, werden begrüßt. Man schätzt Deutschland als ökologisch ambitioniert, technologisch fortgeschritten und wohlhabend ein und sieht darin die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Energiewende. Mehrere Gesprächspartner sehen im

deutschen Atomausstieg – als Folge von Fukushima und der Landtagswahl in Baden-Württemberg – ein Beispiel für das Funktionieren der Demokratie und der politischen Mitsprache der Bevölkerung. An diesem Punkt setzen jedoch auch die kritischen Stimmen an, die der deutschen Regierung ein nationales politisches Kalkül unterstellen und die Energiewende als „überstürzt“, „unrealistisch“ und „naiv“ beurteilen. Man bemängelt die fehlende

„Die deutsche Wirtschaft liefert zwar gute Lösungen im Bereich Energie & Klima, aber die Politiker ziehen nicht ausreichend mit. Außerdem gibt es einen „double standard“: Atomausstieg versus Atom-Energie-Import.“ (Israel)

Abstimmung mit den Nachbarstaaten, verweist auf die Abhängigkeit von Gas aus Russland und Öl aus der arabischen Welt und sieht ein großes Risiko für die deutsche Wirtschaft, vor allem für die energieintensiven Branchen der Industrie. Vereinzelt behaupten ein Glaubwürdigkeitsproblem („double standard“) Deutschlands: Atomausstieg versus Import von Atomstrom und Export von Atomtechnologie. Hier sieht man einen Konflikt zwischen nationaler Politik und dem Druck des Marktes.

„Deutschland sollte mehr investieren in die Entwicklung neuer Umwelttechnologien. Das ist vielleicht heute riskant, sichert aber die führende Rolle Deutschlands auf lange Sicht.“ (Japan)

Trotz aller Kritik wird die internationale Rolle Deutschlands als Vorbild in Klima- und Energiefragen umfassend gewürdigt. Deutschland gilt als führend in Europa – in der politischen Kommunikation und moralisch ebenso wie technologisch.

Jenseits der europäischen Grenzen wird empfohlen, deutsche Positionen offensiver und standfester einzubringen und deutsche Lösungen besser zu vermarkten sowie an lokale Bedingungen anzupassen.

„Innerhalb der EU hat Deutschland es geschafft, dass Europa in der internationalen Klimapolitik wahrgenommen wird. Jedoch ist die Gestaltungskraft auf internationaler Ebene noch relativ schwach.“ (Chile)

Zahlreiche Rückmeldungen beschreiben eine abwartende – teils zuversichtliche, teils skeptische – Haltung der Welt zum deutschen Modell. Viele der Befragten sehen Kooperationsmöglichkeiten zwischen ihren Ländern und Deutschland und empfehlen vor allem eine stärkere

Zusammenarbeit innerhalb der EU. In ihren Augen sollte die Energiewende zu einem europäischen Projekt gemacht werden, denn ganz allein werde es Deutschland nicht schaffen.

Für ein Gelingen der Energiewende setzen viele der befragten Personen einen ganzheitlicheren Ansatz als bis dato praktiziert voraus. Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Bildung und Zivilgesellschaft müssen Hand in Hand gehen. Dabei habe Deutschland noch Verbesserungspotential.

Themenfeld 5:

Bildung & Beruf: Das deutsche Handwerk als Musterbild

Eine herausragende Mehrheit der Befragten ist voll des Lobes für das deutsche Bildungssystem. Die Tatsache, dass die Ausbildung von der Grundschule bis zu den Universitäten in Deutschland kostenlos und gleichwohl durch eine hohe Qualität gekennzeichnet ist, wird positiv hervorgehoben.

„Das deutsche Bildungssystem ist vorbildlich. In kaum einem anderen Land kann man seine Kinder mit gutem Gewissen in die öffentlichen Schulen schicken!“ (Indien)

Vor allem das System der dualen Berufsbildung ist zum einen wohlbekannt und gilt zum anderen als wichtiges Element des deutschen Bildungssystems, als gute Alternative zur universitären Qualifikation. Die in der dualen Berufsbildung gehandhabte Koppelung von Ausbildung und Praxis erklärt für viele die nachhaltige Wirtschaftskraft Deutschlands. Die Befragten erkennen der deutschen Gesellschaft hoch an, dass sie eine außergewöhnliche Wertschätzung für Handwerksberufe hervorbringt. Das Interesse, mehr über das deutsche System der beruflichen Bildung zu erfahren, um es auf das eigene Land zu übertragen, ist sehr groß.

Die praxisnahe und lösungsorientierte berufliche und universitäre Ausbildung wird weitgehend positiv wahrgenommen, wobei der Hinweis nicht fehlt, eine allzu pragmatische Herangehensweise

behindere bisweilen die Grundlagen- und Spitzenforschung. Auch die frühe Erziehung zu Selbständigkeit, zu eigenverantwortlichem Denken und Handeln sowie zu kreativen Methoden wird sehr geschätzt – besonders von denjenigen Personen, die selbst eine Zeit lang in den Genuss des deutschen Bildungssystems gekommen sind.

„Deutsche lernen von Kind an, eigenständig und systematisch zu arbeiten. Chinesen sind auch hochgebildet, können aber oft keinen eigenständigen Text schreiben. Deutsche werden zum eigenverantwortlichem Studium erzogen.“ (China)

Ein Problem allerdings sieht man in der frühen Entscheidung für die eine oder andere weiterführende Schule: Nach Ansicht der Befragten werden in Deutschlands Bildungssystem zu früh Weichen gestellt, was später nur schwer revidierbar ist. Vor allem Kinder mit Migrationshintergrund seien davon negativ betroffen.

Die wesentliche Herausforderung im deutschen Bildungssystem bleibt die Sprache: Viele Befragte unterstreichen, dass die Sprache eine große Hürde dafür sei, am deutschen System teilzuhaben, gerade in Austauschprogrammen für Schüler oder Studenten. Es besteht der klare Wunsch, dass mehr englischsprachige Zweige an deutschen Universitäten die Schwelle für ein Studium in Deutschland niedriger legen. Uneinheitlich bewertet wird die universitäre Ausbildung. Eine mangelhafte Elitebildung und die Abwesenheit deutscher Universitäten in internationalen Rankings stehen einem sehr guten allgemeinen Ruf gegenüber. Jedenfalls sticht die universitäre Ausbildung in den technischen Fächern, besonders auch im Energie- und Umweltbereich, deutlich positiv hervor.

„Die Deutschen genießen sehr viele soziale Leistungen, trotzdem ist ihr System sehr effizient.“ (USA)

Die Mehrheit der Befragten beurteilt die Arbeitsbedingungen in Deutschland als sehr gut. Die genannten Vorteile reichen vom Mutterschutz, den Elternzeitregeln, den flexiblen Arbeits- und Teilzeitmodellen für Eltern über die Stabilität des Arbeitsmarktes

„Soziale Hilfe für Arbeitslose in Deutschland ist gut, andererseits: Das macht die Leute vielleicht faul und träge!“ (Kasachstan)

bis hin zur finanziellen Unterstützung bei Arbeitslosigkeit. Deutsche Tugenden wie Genauigkeit, Pünktlichkeit, Verantwortungs- und Pflichtgefühl in der Arbeitswelt werden geschätzt. Zugleich wird aber davor gewarnt, dass zu viel Disziplin und Zielstrebigkeit mitunter Kreativität und Innovationen verhindern.

Themenfeld 6:

Innovation & Wissenschaft: Exzellente Forschungsinstitute mit Wirtschaftsbezug

Deutschland gilt weitestgehend als sehr innovationsfähig. Hohe Qualitätsstandards, die Effizienz und Glaubwürdigkeit deutscher Marken repräsentieren die deutsche Stärke bei der Umsetzung technischer Lösungen und in der Produktion.

Allerdings stehen diese Vorteile mitunter einer mangelnden Flexibilität und starren Regelwerken gegenüber, die Prozess- und Produktinnovationen erschweren können. Produktivität und Technologieorientierung führe nicht automatisch zu Innovationen. „Made in Germany“ gilt weiterhin

„Deutschland ist hinsichtlich seiner Innovationskraft sehr stark, aber trotzdem bekommt man diese gewisse Steifigkeit nicht ganz weg, das steht echter Kreativität ein bisschen im Weg, man sollte sich noch mehr öffnen.“ (Indonesien)

als Gütezeichen für Qualität und Langlebigkeit. Dennoch verbindet man damit nicht zugleich Innovation. Die Stimmen werden lauter, die Deutschland davor warnen, von BRICS-Ländern mit ihren neuen Konkurrenzprodukten eingeholt zu werden.

Deutschland wird nicht immer mit High-Tech-Produkten assoziiert, sondern eher als Anbieter „bodenständiger“ Produkte wie Haushaltsgeräte wahrgenommen.

Neben der Automobilindustrie, die nach wie vor an erster Stelle für deutsche Qualität steht, genießt vor allem die deutsche Umwelttechnologie großes Vertrauen. Gerade die Schwellenländer aber auch die USA und die europäischen Nachbarn erwarten von Deutschland Innovationen im Bereich alternativer Technologien.

„Deutschland ist bekannt für seinen Maschinenbau - nicht so sehr für High-Tech sondern für Smart-Tech.“ (USA)

„Im Bereich Bio-/ High-Tech liegen die USA und der Ferne Osten vorne, Deutschland ist 'innocent bystander'.“ (Israel)

Aus externer Sicht liegen die Stärken Deutschlands eindeutig in der effektiven Verzahnung von exzellenten Forschungszentren wie den Fraunhofer- und Max-Planck-Instituten mit

„Deutschland ist führend in der Zahl von Patentanmeldungen und Patenten in Europa. Das zeugt davon, dass Wissenschaft und Wirtschaft hier gut zusammenarbeiten. Es gibt viel Förderung der Wissenschaft durch den Privatsektor.“ (Spanien)

Wirtschaftsunternehmen. Während die deutschen Hochschulen bei der Innovationsfähigkeit wegen rigider Strukturen, fehlender Exzellenzförderung und Internationalisierung zumeist schlecht abschneiden, werden die Forschungsinstitute als einmalig in der Welt und als Markenzeichen Deutschlands gepriesen.

Dennoch nimmt man die Bedingungen für die (Grundlagen-) Forschung vermehrt negativ wahr. Auf diesem wichtigen Terrain verliert Deutschland deutlich im internationalen Vergleich, besonders mit den USA. Zum einen bilden die Sprache, die mangelnde Internationalisierung des Forschungsstandorts Deutschland, schlechte Einreise- und Arbeitsplatzbedingungen mit Kurzzeitverträgen ein Hemmnis, zum anderen verzögern langwierige Debatten, etwa in Ethik-Kommissionen, und Abstimmungsprozesse die Entwicklung von Neuerungen.

„Kurzfristige Verträge für junge Wissenschaftler sind problematisch, weil man sich nicht mit Gelassenheit in die Materie einarbeiten kann. Etwa drei Jahre wären gut.“ (Brasilien)

„Deutsche denken, sie wüssten, wie sie Innovation organisieren können, aber ihnen fehlt der Blick über den Tellerrand. Was können andere Nationen anbieten an Wissen, das deutschen Innovationen helfen könnte?“ (Großbritannien)

Um auch im Ausland ihr Potential für Innovationen besser ausschöpfen zu können, wird den international tätigen deutschen Firmen empfohlen, ihr globales Netzwerk stärker in Wert zu setzen. Leider hält man vielen Unternehmen vor, sich in der Anpassung an lokale Kulturen zu wenig flexibel zu zeigen.

Über die verschiedenen Beobachtungsfelder hinweg sind hohe Erwartungen erkennbar, die die Kooperation und den Wissensaustausch mit Deutschland betreffen. Das Interesse an deutschen Erfahrungen, Errungenschaften und Institutionen ist enorm.

„Deutschland ist Führer auf dem Gebiet der Wissenschaft und der Innovation. Hier sollten mehr Wissenstransfers und Kooperation stattfinden.“ (Südafrika)

Themenfeld 7:

Infrastruktur & Mobilität: Ein lückenloses Verkehrsnetz als Standortvorteil

Die Rückmeldungen zum Themenfeld „Infrastruktur & Mobilität“ sind durchweg positiv, in ihrer Anzahl jedoch gering. Ein Zitat soll stellvertretend für dieses Phänomen stehen *„Zu diesem Thema habe ich nichts zu sagen – die Infrastruktur in Deutschland ist einfach ausgezeichnet, auch die Technologien in Sachen Mobilität – es gibt dem nichts hinzuzufügen!“*

„Deutschland hat eine nahezu perfekte Infrastruktur und ist Vorreiter in der Technologie - das ist die Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg des Landes.“ (Kenia)

Überwiegend werden diese beiden Themen auf Deutschland blickend mit den Autobahnen, dem allgemeinen Verkehrsnetz und den öffentlichen

„Die deutsche Infrastruktur und Mobilität ist beneidenswert - sehr effizient, strukturiert und sicher. Das bedeutet eine enorme Freiheit.“ (Südafrika)

Verkehrsmitteln assoziiert. Die Quantität, Qualität und Organisation der deutschen Autostraßen

imponiert vielen. Einzelne Personen äußern jedoch Bedenken wegen des Widerspruchs zwischen dem lobbyistischen Einfluss der deutschen Automobilindustrie und den ökologischen Bestrebungen Deutschlands.

Durchweg positiv bewerten die Befragten den deutschen öffentlichen Nah- und Fernverkehr. Die allgemeine Organisation, Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit, Sicherheit und Sauberkeit werden hoch gelobt. All dies bedeute einen enormen Gewinn an Lebensqualität, besonders in den Städten. Die öffentlichen Transportsysteme werden als Standortvorteil von Deutschland und als Voraussetzung für das Funktionieren der deutschen Dezentralisierung beschrieben.

Einige der Gesprächspartner heben das Export-Potential deutscher Technologien im Verkehrs- und Transportsektor hervor, einzelne Personen äußern den Wunsch nach mehr Zusammenarbeit mit Deutschland, etwa im Bahnwesen (Türkei), bei grenzüberschreitenden Verbindungen (Polen) oder bezüglich der Transportinfrastruktur (Indien).

„Wenn es Deutschland gelingt, das Thema Infrastrukturinvestitionen grundsätzlich mit dem Thema Green Economy zu verknüpfen, wird das für Deutschland ein sehr erfolgreiches Wirtschaftsmodell sein.“ (China)

Die deutsche Infrastruktur im Gesundheitsbereich findet kaum Erwähnung, die wenigen Stimmen äußern sich jedoch sehr positiv: „ausgezeichnet“, „höchste Qualität“, „führende Unternehmen“. Ebenfalls positiv bewertet werden das Energienetz, das Wasser- und Abfallmanagement und das

Internet. Mängel sehen einige der Befragten in der Infrastruktur für Familien, zum Beispiel bei Krippenplätzen für Kleinkinder.

Themenfeld 8:

Migration & Integration: Zuwanderung erleichtern

Migration und Integration werden als wesentliche zukünftige Herausforderungen Deutschlands und Europas begriffen. Ihre Bedeutung hängt mit dem sich längst abzeichnenden demographischen Wandel und dem daraus resultierenden Mangel an Fachkräften zusammen.

„Das Thema der nächsten 20 Jahre heißt Migration und Integration. Deutschland muss dringend den Rahmen dafür setzen, damit Migranten sich integrieren können, mehr Zugang zu Schulen, zur Sprache haben etc.“ (Frankreich)

Auch wenn Deutschland heute – anders als vor 30 Jahren – spürbar offener, toleranter und multikultureller erlebt wird, scheint sich der hohe Bedarf an Fachkräften nicht in der Haltung Deutschlands zur Frage der Zuwanderung und Integration widerzuspiegeln. In der Außenwahrnehmung ist die anhaltende Diskussion einer unregelmäßigten Zuwanderungspolitik nicht durch die wirtschaftliche Bedeutung der Migranten und das Gefühl einer Bereicherung durch Fremdes bestimmt, sondern durch Verlustängste und Sorgen. Insgesamt, so wird gesagt, mangelt es an einer gesellschaftlichen Vision für die Zukunft, die Migranten einbezieht und ihnen die positive Identifikation damit erlaubt.

„Deutschland braucht einen ‘German Dream’, eine Vision bzw. ein Wertesystem, an dem sich alle, vor allem auch Menschen mit Migrationshintergrund, ausrichten und einen Beitrag leisten können - und vielleicht wird ja eines Tages ein/e Deutsche/r türkischer Abstammung Staatsoberhaupt.“ (Kenia)

„Die Wiedervereinigung war eine bedeutende Integrationsleistung von Menschen, die in sehr unterschiedlichen Systemen aufgewachsen sind. Das zeigt, dass die deutsche Gesellschaft integrationsfähig ist.“ (Indonesien)

Auch werden mehrere Hürden für den Zuzug als hoch eingestuft: die allgemeine Distanziertheit, erforderliche Qualifikationsnachweise und deren Anerkennung, die Sprache als solche sowie etliche Schwierigkeiten von der Visabeschaffung bis zum Familiennachzug. Sie erschweren den Zuzug und

„Die Türken in Deutschland sind keine Türken mehr. Es sind deutsche Jugendliche, die oft schlecht ausgebildet, arbeitslos und hoffnungslos sind. Deutschland muss diese Frage selber lösen und diese Menschen als Deutsche akzeptieren. Diese hoffnungslosen Jugendlichen sind eine Gefahr für die deutsche Gesellschaft, gleichzeitig gibt es ein großes ungenutztes Potential.“ (Türkei)

die langfristige Beheimatung gleichermaßen. Noch in dritter Generation drohe man Gast zu bleiben in Deutschland.

Ebenso kritisch wird wahrgenommen, dass ein selektives Schulsystem und die geringe Teilhabe am politischen Diskurs den Migranten und ihren unmittelbaren Nachfahren den gesellschaftlichen Aufstieg nicht gerade leicht machen. Nichtsdestotrotz bleibt Deutschland als Zielland nach wie vor attraktiv.

An einem Wissensaustausch zu Erfahrungen über Zuwanderung und Integration besteht im Ausland vielerorts Interesse. Dadurch versprechen sich Zuwanderungsländer Erkenntnisse, wie sie dieser Herausforderung angemessen begegnen können.

„Mit einer beherzten Integrationspolitik könnte Deutschland zeigen, dass es bereit ist, Teil einer globalisierten Welt zu sein.“ (Indien)

Themenfeld 9:

Kultur & Familie: Ein familienfreundliches Land mit zu wenig Kindern

Vielfach wird bedauert, wie wenig man über die deutsche Kultur im Ausland wisse, ganz besonders über das kulturelle Leben nach dem 2. Weltkrieg. Durchaus bekannte deutsche Institutionen wie das Goethe-Institut oder die Botschaften seien zu passiv in der Werbung für „weiche Faktoren“.

*„Von den Deutschen sieht man immer nur die ernsten, schlipstragenden Geschäftsleute. Es wäre für Deutschland langfristig besser, wenn man auch die weichen Seiten kennenlernen könnte über Kulturaustausch etc. Denn Deutschland wird in Zukunft vor allem in seiner Rolle als Softpower gefordert sein. Alles andere ist in Deutschland schon perfekt.“
(Brasilien)*

Deutschland setze sein großes kulturelles Potential zu wenig ein, um ein attraktives Bild von sich zu verbreiten. Die Deutschen gelten weltweit als erfolgreiche Geschäftsleute, als geradlinig und ehrgeizig. Was sie darüber hinaus auszeichnet, bleibt undeutlich. Als kulturelle Metropole tritt immerhin Berlin hervor, wo künstlerische Vielfalt und ein intensiver Austausch zwischen den Kulturen gelebt und erfahrbar wird.

*„Egal wie sich die Welt verändert, die Deutschen werden ihre Werte wie Arbeit, Anstrengung, Kollektivität, Sparsamkeit behalten.“
(Frankreich)*

Mehr als anderen Nationen und Kulturen wird den Deutschen ein grundsätzliches und starkes Pflichtgefühl zugeschrieben. Man charakterisiert die deutsche Identität auch heute noch

vorrangig mit Eigenschaften wie Fleiß, Zielstrebigkeit und Präzision. Daneben gelten auch die familiären Bindungen und Werte als wesentlich. Damit erklärt man sich die gute Balance zwischen dem Berufs- und dem Familienleben.

Kinder, so heißt es, werden in Deutschland schon früh zur Selbständigkeit erzogen und in die Unabhängigkeit entlassen. Ihr Weg sei durch klare Werte- und Moralvorstellungen gebahnt, gestützt auf eine starke Familienbindung, aber auch mit vielen Regeln und Pflichten verbunden. Positiv wahrgenommen wird, dass die meisten Familien ihre Kinder gut auf das Leben vorbereiten und frühzeitig in die Lage versetzen, Verantwortung für sich und andere zu tragen. Ein zu starres Korsett wird aber auch als Risiko gesehen, nicht über sich hinauswachsen zu können und zu wenig Kreativität zu entfalten.

*„Die Geburtenrate in Deutschland ist zu gering. Da wundert es mich ein wenig, dass Merkel als Mitglied einer konservativen Partei nicht konservative Werte vertritt und vorlebt, insbesondere für Familie und Kinder. Deutschland braucht Kinder, denn Kinder sind die Zukunft!“
(Israel)*

Obwohl Deutschland als familienfreundliches Land betrachtet wird, sinkt faktisch die Geburtenrate auf ein zu niedriges Niveau, so dass die Deutschen schwierige demographische Herausforderungen bewältigen müssen. Als Ursachen für die geringe Fertilität werden die zunehmende „Selbständigkeit“

der Frau, der Mangel an Infrastruktur für Kinderbetreuung, aber auch eine mehr und mehr auf materiellen Wohlstand ausgerichtete Gesellschaft genannt. Auffallend ist, dass die externen Urteile über die Rolle der Frau in Deutschland sehr divergieren. Die einen zeichnen klassische Rollenmuster, die anderen das Bild der berufstätigen und nicht selten auf sich allein gestellten Frau.

Themenfeld 10:

Glaube & Ethik: Eine säkulare Gesellschaft mit Kirchensteuer

Die Befragungen offenbaren, dass Deutschland in der Außenwahrnehmung selten mit dem Themenkreis „Glauben & Ethik“ in Verbindung gebracht wird. Das Gros der Gesprächspartner

*„Kirche und Religion spielen in Deutschland keine große Rolle, es ist eine säkulare Gesellschaft, aber andererseits sind die Deutschen zu zielstrebig und ernst, ich würde sagen zu ethisch (i.S.v. Arbeitsmoral).“
(Israel)*

assoziiert mit Deutschland zwar Zielstrebigkeit und Ernsthaftigkeit, kaum jedoch spirituelle Tendenzen oder eine tiefe Religiosität. Moral und Glauben scheinen in Deutschland eher auf dem Regel- und Rechtssystem zu basieren als auf persönlicher Überzeugung.

Deutschland wird einerseits als säkulare Gesellschaft wahrgenommen, in der eine Bindung an die konfessionelle Religion auf Tradition und vernünftigem Pragmatismus beruht. Andererseits wird Deutschland ein solides Wertefundament und klares Moralverständnis attestiert. Die Deutschen werden als ehrlich, verantwortungsbewusst, solidarisch und loyal angesehen. Sie verkörpern Demokratie, Konsenspolitik und Menschenrechte.

„Man denkt sofort an Deutschland, wenn es um Recht oder Unrecht geht, sicher nicht, wenn es um Spiritualität geht, diese passt nicht zu den Deutschen.“ (Südafrika)

„Deutschland ist ein Mikrokosmos der EU-Werte: fundamentale Werte wie Freiheit, Konsenspolitik, Koalitionsbildung, Demokratie und Menschenrechte.“ (Großbritannien)

Die strikte Werteorientierung der Deutschen wurde gerade in der jüngsten Vergangenheit offenkundig. Die Befragten nannten oft die Rücktritte von zu Guttenberg oder Wulff als positive

*„Der Rücktritt von Präsident Wulff wegen Korruptionsverdacht ist ein gutes Symbol für die starke Werteorientierung in Deutschland.“
(Großbritannien)*

Beispiele dafür, wie in Deutschland Verstöße gegen die allgemeinen Moralvorstellungen sanktioniert werden, andererseits aber auch als negative Beispiele dafür, dass auch das deutsche Wertesystem an Glanz verliert.

Nach Meinung der Befragten behandelt Deutschland seine Geschichte sehr sensibel und investiert viel in Aufklärung,

„Ich bewundere, wie die Deutschen ihre Geschichte über Schule, Kunst und Kultur an die nächste Generation weitergeben.“ (Frankreich)

Erinnerungskultur und dauerhafte Verantwortung. Gleichwohl wird erwartet, dass die jüngere Generation die Schuldgefühle abzulegen beginnt und ohne sie selbstbewusster in die Zukunft blickt.

*„Es ist erstaunlich, wie säkular Deutschland ist. Natürlich gibt es auch christliche Werte, aber sie sind in Deutschland eher Teil der Kultur. Große Ausnahme ist das etwas kuriose Modell der Kirchensteuer.“
(USA)*

Verwunderung ruft die Kirchensteuer in Deutschland hervor, die mehr zum deutschen Ordnungssinn passt als zur schwach ausgeprägten Religiosität der Deutschen. Die Meinung der Befragten ist eindeutig: Diese Steuer hätte in keiner anderen Nation eine Chance.

AUSBLICK – WAHRNEHMUNGEN, ERWARTUNGEN, POTENTIALE

Vielerorts werden mit Deutschland zunächst noch immer die klassischen Bilder assoziiert: Deutsche Philosophie, die Schaffenskraft deutscher Handwerker und Ingenieure, die Barbarei im 20. Jahrhundert, der Wiederaufbau und die Wiedervereinigung. Ernsthaft, regelorientiert, ordnungsliebend, systematisch, qualitätsbewusst; gleichzeitig aber auch ein bisschen steif und wenig kreativ – so stellt man sich auch heute noch vielerorts den typischen Deutschen vor. Das herkömmliche Deutschlandbild zeigt jedoch Risse. Alte Klischees und Stereotype vermischen sich zunehmend mit Ereignissen der jüngsten Vergangenheit: fröhliche Bilder rund um die Fußballweltmeisterschaft und die Kult(ur)-Hauptstadt Berlin gehen einher mit der Wahrnehmung einer starken ordnungspolitischen Rolle Deutschlands in der Eurokrise, der jüngsten Entscheidung zur Energiewende, aber auch Deutschlands vermittelnder, auf Ausgleich der Interessen bedachten Rolle in vielen Konflikten in der Welt.

Mit den vielschichtigen, sich wandelnden Wahrnehmungen Deutschlands gehen hohe Erwartungen an Deutschlands künftige Rolle in der Welt einher. So übersetzt sich das enorme Interesse an deutschen Erfahrungen, Errungenschaften und Institutionen in vielseitige Kooperationsangebote und einen ausgeprägten Wunsch nach Wissenstransfer. Der Wunsch nach Austausch geht weit über die bekannten Felder hinaus und erstreckt sich über Besonderheiten des demokratischen Systems bis hin zur nachhaltigen Gestaltung von Infrastruktur und Umwelttechnologien. Man möchte mehr von Deutschland lernen und verstehen – eine wichtige Voraussetzung für vertrauensvolle Beziehungen in der Welt, auf die Deutschland stark angewiesen ist.

Auch wird vielfach deutlich, dass Deutschland eine stärkere Rolle in der Welt einnehmen kann und soll. Die besondere wirtschaftliche und geographische Stellung Deutschlands in Europa und die hohe

Glaubwürdigkeit im Umgang mit globalen Herausforderungen (wie dem Klimawandel) ermöglichen und erfordern eine aktivere, sichtbarere Positionierung Deutschlands. Allerdings verbinden sich mit diesen Hoffnungen gleichzeitig auch Befürchtungen hinsichtlich einer neuen Dominanz Deutschlands. Vor allem in Europa und bei den alten Verbündeten herrscht Unsicherheit, ob und wie Deutschland seine neue Stärke und Möglichkeiten nutzen und wahrnehmen wird. In jedem Fall wünscht man sich ein Deutschland, das noch mehr Verantwortung übernimmt in der Welt, dabei vor allem auf Dialog setzt, auch die Interessen der kleineren Länder im Auge hat und sich mit neuen und alten Partnern gut abstimmt.

Die zentrale Herausforderung besteht also darin, die positive Wahrnehmung Deutschlands und die hohen Erwartungen für eine veränderte Rolle Deutschlands in der Welt zu nutzen und dabei die Befürchtungen hinsichtlich einer neuen Dominanz zu entkräften. Dazu bedarf es unter anderem einer verbesserten Kommunikation nach außen; Beispiele hierfür sind die deutsche Europapolitik und die deutsche Haltung zu Krisenherden wie im Nahen Osten.

Darüber hinaus wird vielfach bedauert, wie wenig man über die deutsche Kultur im Ausland wisse, ganz besonders über das kulturelle Leben nach dem 2. Weltkrieg. Nicht zuletzt wird empfohlen, deutsche Lösungen besser zu vermarkten und an lokale Bedingungen anzupassen.

Künftige wirtschaftliche Potentiale im Außenhandel werden vor allem im Bereich der Vermarktung alternativer Umwelttechnologien, sowie Infrastruktur- und Mobilitätskonzepte gesehen. Hier gilt Deutschland schon heute als führend.

Wesentliche innenpolitische Handlungsbedarfe werden von außen im Bereich der Migration ausgemacht. Hier erscheint die Kombination aus wachsendem Fachkräftebedarf und der Mangel an einer gesellschaftlichen Vision, die Deutschland als Einwanderungsland begreift, als zentrale Herausforderung und Chance. Diese gilt es zu formulieren und in sinkenden Hürden für Zuzug und gesellschaftlichen Aufstieg zum Ausdruck zu bringen. Des Weiteren wird empfohlen, sich gegenüber der eigenen Bevölkerung um eine bessere Vermittlung der Chancen und Vorzüge zu bemühen, die mit einem geeinten und starken Europa für Deutschland einhergehen.

ANNEX: LISTE DER GESPRÄCHSPARTNER¹

BRASILIEN

Carlos ALBERTO	Director	Nationale Agentur zur Förderung von KMU in Brasilien (SEBRAE)
Gisèle SANTORO	Künstlerische Leiterin	Kultursekretariat, Distrito Federal do Brasil
Natália MENDES	Juniorfachkraft	GIZ Brasilia
Regina TOSCANO	Technical Superintendent	TüV Rheinland
Rogério ARAGAO	Ehemaliger Vice-Director	Universität Brasília
Sônia CHAPMAN	Managing Director	Fundação Espaço Eco, BASF

CHILE

Francisco BRUGNOLI	Director	Museum für zeitgenössische Kunst (MAC), Santiago de Chile
Raul SOHR	Journalist	TV-Sender "Chilevisión"
Sara LARRAI	Director	Initiative "Chile Sustentable"

CHINA

AN Yang	Journalist	
JIANG Dayuan	Professor	Central Institute for Vocational & Technical Education, Ministry of Education
LIN Justin Yifu	Chefökonom & Vize-Präsident	Weltbank, Washington D.C.
CHEN Liang	Chief Representative	B. Metzler seel.Sohn & Co.KGaA, Repräsentanz Peking
QING Ma-Shu		
WANG Zhengfu	Professor & Vize-Präsident	University of International Business and Economics
ZHANG Hongyan	Deputy Director General, Department of International Cooperation	State Forestry Administration

¹ Vereinzelt baten Teilnehmer darum, nur mit ihrem Namen genannt zu werden, um dem Eindruck vorzubeugen, dass sie stellvertretend für ihre Arbeitgeber sprechen würden.

FRANKREICH

Béatrice ANGRAND	Generalsekretärin	Deutsch-Französisches Jugendwerk
Francis MER	Aufsichtsratsvorsitzender (ehemaliger Finanzminister)	SAFRAN
François BARBOTIN		
Hélène MIARD-DELACROIX	Professorin für Deutschlandstudien	Sorbonne Paris
Jérôme CLÉMENT	Präsident	PIASA

GROSSBRITANNIEN

Andy WALES	Senior Vice President, Sustainable Development	SAB Miller
Graham MEADOWS	EU-Berater & ehemaliger Mitarbeiter in der Europäischen Kommission	
James BLITZ	Journalist	Financial Times
Julie SMITH	Professorin für Europäische Gegenwartsgeschichte	Universität Cambridge
Misha GLENNY	Journalist & Autor	British Broadcasting Corporation (BBC)
Ray CUNNINGHAM	Convenor	British-German Environment Forum
Timothy GARTON-ASH	Professor für Europäische Gegenwartsgeschichte	Universität Oxford

INDIEN

Bharat WAKHLU	Resident Director	Tata Services Limited
Joydeep GUPTA	Director, Third Pole Project	Earth Journalism Network, Internews
Pooja SOOD	Director	KHOJ - International Artists' Association
Samir SARAN	Senior Fellow & Vice President	Observer Research Foundation
Subhash AGRAWAL	Editor	India Focus
Vimlendu K. JHA	Executive Director	Swechha

INDONESIEN

Bacharuddin Jusuf HABIBIE	Ehemaliger Präsident Indonesiens	
---------------------------	----------------------------------	--

Evita Herawati LEGOWO	Director General, Directorate General of Oil and Gas	Ministry of Energy and Mineral Resources
Fauzi BOWO	Gouverneur	Regierung der Provinz Jakarta
Ilham HABIBIE	President Director	PT. Ilthabi Rekatama
Natalia SOEBAGJO	Executive Director, Centre for the Study of Governance	Universität Indonesia, Jakarta
Shinta POESPOETJIPTO	Vorsitzende	Samudera Indonesia

ISRAEL

Daniel ROTMENSCH	Designer	Praktik
Eli HAZAN	Vice President of Political Affairs	Jerusalem Institute of Justice
Fania OZ-SALZBERGER	Historiker	Universität Haifa
Nimrod BARNEA	Vorsitzender	Young Israeli Forum for Cooperation (YIFC)
Yariv NORBERG	Manager	Better Place

JAPAN

Izumi OHNO	Professor	Graduate Institute for Policy Studies
Kenji SHINOHARA		
Mie SPITZER		
Mitsuya SHIMURA		
Toshie TERAJ		
Toshio YABE		

KASACHSTAN

Dmitry GORBUNOV	Medical Scientist	National Scientific Medical Centre
Gulsi NABIEVA	Director	Organisation für Frauenrechte „ZHARIA“
Leyla MAKHAT	Künstlerin	
Ludmila LIDER	Dozentin	Agraruniversität Astana
Ruslan RSALIEV	Director	Repräsentanz, Riatrade-Agricultural Technology

KENIA

Ann Wairimu NJOGU	Vorsitzende	Centre for Rights Education and Awareness (CREAW)
Carole KARIUKI	Chief Executive Officer	Kenya Private Sector Alliance
George NJENGA	Stellvertretender Vize-Kanzler	Strathmore Universität
Japheth O. ONYANDO	Technischer Berater / Gutachter	Ministry of Water and Irrigation
Salim AMIN	Vorsitzender	A24 Media & Camerapix

MAROKKO

Abdou FILALI ANSANRY	Director, Institute for the Study of Muslim Civilisations	Aga Khan University in London
Badr IKKEN	Director	Institut de Recherche en Energie Solaire et en Energies nouvelles (IRESEN)
Ghassan Wail EL KARMOUNI	Wirtschaftsjournalist	„Economie Entreprises“
Maâti MONJIB	Politischer Aktivist & Wissenschaftler	Institut für Afrikanische Studien
Mohammed BENMOUSSA	Präsident	Marokkanisch-Deutsche Gesellschaft e.V.
Siham AL FIGUIGUI	Country Director	SIFE Marokko - SIFE International (Students In Free Enterprise)

NIEDERLANDE

Bernard WIENTJENS	Vorsitzender	VNO-NCW
Dick DE BOER	Präsident	Deutsch-Niederländische Handelskammer
Leonard ORNSTEIN	Journalist & Editor	VPRO
Paul DEKKER	Head of Department, Participation and Governance Research Group	The Netherlands Institute for Social Research / SCP
Ton NIJHUIS	Director	Deutschland Institut Amsterdam

PALÄSTINA

Bassim S. KHOURY	CEO (ehemaliger palästinensischer Wirtschaftsminister)	Pharmacare PLC
------------------	---	----------------

Juman QUNEIS	Journalist & Wissenschaftler	Birzeit Universität
Khalid QAWASMI	Minister	Ministerium für kommunale Angelegenheiten, Palästinensische Autonomiegebiete
Mitri RAHEB	Präsident	Diyar Consortium
Yazid ANANI	Assistant Professor, Faculty of Engineering	Birzeit Universität

POLEN

Agnieszka ŁADA	Head of the European Programme	Institute of Public Affairs
Aleksander SMOLAR	Präsident	Stefan Batory Stiftung
Marek BELKA	Präsident	Polnische Nationalbank (NBP)
Róża Gräfin VON THUN UND HOHENSTEIN	Mitglied des Europäischen Parlaments	

RUSSLAND

Andrey GRIGOROV	Vorstandsvorsitzender	Moscow President Club
Larisa ISMAILOVA	Director	Russische Stiftung für Grundlagenforschung
Oleg LUSCHNIKOV	Division Manager	OA O UK Hidro OGK
Sergej SCHTSCHEDRIN	Eigentümer / Vorsitzender	Konditorei- und Brotkombinat „Tscherjomuschki« OA O
Svetlana BASTANZHIEVA	Director	Centre of Federalism and Regional Policy
Valeri SALKO	Prorektor	Moscow International Higher Business School «MIRBIS»
Vladislav BELOV	Director, Research Center Germany	Institute of Europe, Russian Academy of Sciences

SPANIEN

Alberto NADAL BELDA	Vice-Secretary General for Economic, Labor and International Issues	Confederación Española de Organizaciones Empresariales
Andrés OLERO TASSARA	Präsident	Fundación Ciudadanía y Valores
Christina MANZANO	Deputy Director	Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE)

Fernando VALLESPÍN OÑA	Professor für Politikwissenschaften	Universidad Autónoma de Madrid
Gaspar CANO PERAL	Director	Instituto Cervantes Berlin
Ignacio Molina Álvarez DE CIENFUEGOS	Chief Researcher, Europe	Real Instituto Elcano
Vicente POVEDA	Comercial Manager & Editor	dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH

SÜDAFRIKA

Barbara HOLTSMANN	Beraterin & Autorin zur Transformation fragiler sozialer Systeme	
Harold ANNEGARN	Professor für Energie, Luftbeschaffenheit und Nachhaltigkeitsstudien	Universität Johannesburg
Heather HENRIQUES	Governance and Intellectual Property Manager	Nelson Mandela Stiftung
Jodi BIEBER	Fotografin	
Joel Khathu NETSHITENZHE	Executive Director	Mapungubwe Institute for Strategic Reflection (MISTRA)
Mathews PHOSA	Treasurer General	African National Congress (ANC)
Odette RAMSINGH	Human Resources Executive for Metropolitan Health Group	United Nations Committee on Public Administration (CEPA)

SÜDKOREA

Charm LEE	Präsident	Korea Tourism Organization
Choong Whan KIM	Chairman of Foreign Affairs, Trade and Unification Committee; Member	The National Assembly of the Republic of Korea
Gi Eun KIM	Councillor	Austrian Council for Research and Technology Development SeoKyeong University Department of Biotechnology
Hung-Kwang KIM	CEO	North Korea Intellectuals Solidarity
Se-Jeong KIM	Journalist	The Korea Herald
Young-Jin KIM	CEO & Vorsitzender	HANDOK Pharmaceuticals Co., Ltd.

TÜRKEI

Ahmet E. MÜDERRISOGLU	Vorstandsvorsitzender	ANKON Consulting
Burak Tolga TERZI	Coordinator	ALSE Makine
Ecem CAGLAYAN	Student	Archäologie
Halil ILGAZ	Student	Betriebswirtschaftslehre und Logistik
Necdet BASA	Ehemaliger Generalsekretär, Große Nationalversammlung der Türkei	
Yurdakul YIGITGÜDEN	Ehemaliger Staatssekretär, Ministerium für Energie und natürliche Ressourcen	

USA

Christopher B. YOUNGER	Anwalt & Partner	GKG Law
Daniel HAMILTON	Director, Center for Transatlantic Relations	Johns Hopkins University
Ivan VEJVODA	Vice President, Programs	The German Marshall Fund of the United States (GMF)
Jackson JANES	Executive Director	American Institute for Contemporary German Studies (AICGS)
Joseph M. BOARDMAN	Executive Vice President, North American Operating Division	Bender Inc.
Neil SUMILAS	Managing Director, Executive Office	The German Marshall Fund of the United States (GMF)
William M. DROZDIK	Präsident	American Council on Germany (ACG)

