

Deutsche Identität(en)?

Wer wir als Gesellschaft sein wollen



More in
Common

ÜBER MORE IN COMMON

More in Common hat sich als Organisation vollständig dem Thema gesellschaftlicher Zusammenhalt verschrieben. Unser Ziel ist eine in ihrem Kern gestärkte Gesellschaft, die in der Lage ist, geeint und widerstandsfähig auf gesellschaftliche Veränderungen zu reagieren. Nach unserem Verständnis ist gesellschaftlicher Zusammenhalt weit mehr als ein friedliches und zugewandtes Miteinander. Er ist Vorbedingung für einen zentralen Aspekt lebendiger Demokratie: Streitfähigkeit über alle Unterschiede hinweg. Wir sind eine überparteiliche Organisation, die mit institutionellen Partnern aus ganz unterschiedlichen Bereichen kooperiert. Wir haben Teams in den USA, Großbritannien, Frankreich, Polen, Spanien, Brasilien und Deutschland. Dabei lernen und arbeiten wir länderübergreifend.

DAS STUDIENTEAM

Jérémie Gagné (Autor)

David Melches (Autor)

Falco Hüsson (Datenaufbereitung und -visualisierung)

Anna Lob (Redaktion und Kommunikation)

Wiebke Ewering (Kommunikation)

HINTERGRUND ZUR STUDIE

„Deutsche Identität(en)“ – das ist aus guten Gründen nicht immer ein leichtes Thema für unser Land. Zugleich gibt es starke Argumente dafür, öffentlich bewusster auszuhandeln, was unser demokratisches Deutschland ausmachen soll: weit verbreiteter Zukunftspessimismus, eine heterogener werdende Bevölkerung, das Erstarken illiberaler Kräfte, und die dringlicher gewordene Frage nach Deutschlands Rolle in der Welt rufen nach (neuen) positiven Selbstverständnissen für unser pluralistisches Land. In diesem Sinne haben wir von Mai bis Juli 2025 im Rahmen qualitativer und quantitativer Forschung mit über 2.000 Menschen über ihre persönlichen Selbstverständnisse, ihr Verhältnis zu sowie ihre Bilder von Deutschland gesprochen. So wollten wir verbindende Motive, Bedarfe und Potenziale dazu identifizieren, welche Gesellschaft wir in Deutschland sein wollen. Unsere Erkenntnisse teilen wir in diesem Studienreport.

Wir danken der Robert Bosch Stiftung für ihre Unterstützung im Rahmen unserer strategischen Partnerschaft zur Stärkung von Demokratie und Zusammenhalt.

IMPRESSUM

More in Common e. V. ist beim Amtsgericht Charlottenburg registriert (VR 36992 B)

www.moreincommon.de | deutschland@moreincommon.com

Anschrift: More in Common e. V., Hermannstraße 90, 12051 Berlin

Verantwortlich i. S. d. P.: Susanne Baumann, 1. Vorsitzende des Vereins

Design und Grafik:

TAU GmbH, Berlin

Inhaltsverzeichnis

	Das Wichtigste in Kürze	4
1	Einleitung: Was ist deutsch – und müssen wir das wissen?	7
2	Vom Privatleben zur gesellschaftlichen Ebene: Zählt das „große Ganze“ überhaupt?	10
3	Wir und Deutschland: Kein ganz leichtes Verhältnis. Aber ein Verhältnis.	22
4	Deutschland gefühlt im „Noch“-Modus: Bilder eines Landes zwischen hohen Ansprüchen und Abstiegsangst	29
5	Zugehörigkeit und Wandel: Wie entwickeln wir uns gemeinsam?	39
6	Zeit für Zukunftsdebatten: Wer wollen wir in Deutschland sein?	48
	Fazit und Empfehlungen: Was gesellschaftliche Akteure tun können	55

Das Wichtigste in Kürze

Wer sind wir heute als deutsche Gesellschaft – und wer wollen wir künftig gemeinsam sein? Um mehr über verbindende Selbstverständnisse und Ambitionen in unserem Land zu erfahren und so die gesellschaftliche Zukunftsgestaltung zu unterstützen, haben wir von More in Common umfassend geforscht. In Zusammenarbeit mit unserem bewährten Forschungspartner Verian haben wir von Mai bis Juli 2025 über 2.000 Menschen aus der erwachsenen deutschsprachigen Wohnbevölkerung qualitativ und quantitativ zu ihren Selbst- und Deutschlandbildern befragt.

Die wichtigsten Erkenntnisse in aller Kürze:

1.

PERSÖNLICHER BEZUG DER MENSCHEN ZU DEUTSCHLAND:

- Viele Menschen in Deutschland definieren ihr eigenes Dasein in erster Linie über das gute und menschliche Leben im Kleinen, auf „größere“ Referenzen greifen sie zur eigenen Lebensdefinition seltener zurück. Auch ihre Vorbilder und ihren Rückhalt suchen sie in vielen Fällen primär im eigenen Lebens- bzw. im gesellschaftlichen Alltagsbereich.
- Zugleich ist die gesamtgesellschaftliche Ebene für die meisten Menschen sehr wohl wirkmächtig; sie denken breit-mehrheitlich über sie nach. Weiter ist Deutschland als Ganzes die in unserer Befragung am häufigsten genannte räumliche Bezugsebene, der man sich verbunden fühlt (72 Prozent).
- Obwohl das Gespräch über Deutschland und seine möglichen Identitäten teils schwerfällt, pflegen die meisten ein (gemäßigt) positives Grundverhältnis zum Land: 85 Prozent betrachten Deutschland als ihre Heimat, 83 Prozent mögen das Land. Gefühle u. a. von Verbundenheit und Dankbarkeit rangieren in der Spitzengruppe der häufigsten Emotionen gegenüber Deutschland. Dabei dienen laut Angabe unserer Befragten insbesondere Alltagserfahrungen, -kontakte und -informationen (z. B. aus Fernsehen und sozialen Medien) als Quellen für das eigene Deutschland-Erleben.

2.

DEUTSCHLANDBILDER IN DEN KÖPFEN:

- In unserer Forschung sehen wir wiederkehrende Motive dazu, was Deutschland für seine Menschen im Positiven ausmacht. Neben die Schönheit des Landes (auch im Sinne einer gewissen Regionalromantik rund um z. B. Landschaften, Altstädte, Feste und Traditionen) treten Aspekte einer besonders leistungs- und ergebnisstarken Performanz-Nation sowie der Verweis auf demokratische und soziale Errungenschaften. Viel war dabei sinngemäß von der charakteristischen Solidität und Verlässlichkeit deutscher Verhältnisse und Systeme die Rede.
- Zugleich stehen diese Stärken in unserer Forschung unter dem „Noch“-Vorbehalt. Eine Mehrheit von 52 Prozent glaubt derzeit eher an den internationalen Abstieg Deutschlands, nur 22 Prozent halten das jetzige Deutschland für das beste, „das es je gab“. Im qualitativen Forschungsgespräch war wiederholt sinngemäß von einer derzeitigen (nicht zuletzt wirtschaftlichen) Schwächephase des Landes die Rede. Die zur Beschreibung des derzeitigen Deutschlands am häufigsten gewählten Attribute sind „bürokratisch“ und „gespalten“, insgesamt besteht bei vielen der Eindruck eines handlungsblockierten Landes. Hierunter leiden teils die hohen Performanz- und Soliditäts-Ansprüche von Menschen gegenüber der Bundesrepublik.

3.

EINSTELLUNGEN RUND UM ZUGEHÖRIGKEIT UND WANDEL IN DER GESELLSCHAFT:

- Die deutsche Gesellschaft ist im Zeitverlauf durchaus fähig, Veränderung zu verarbeiten. In der Regel begreifen (mindestens relative) Mehrheiten länger zurückliegende Entwicklungen (wie z. B. die Einwanderung von „Gastarbeitern“ oder den erstarkten Umweltschutz) mittlerweile als Gewinn. Gehadert wird häufiger mit neueren Entwicklungen, wie z. B. Arbeitsmarktreformen der letzten Jahrzehnte oder der Geflüchtetenaufnahme seit 2015/2016, was fortlaufenden Aushandlungs- und Gestaltungsbedarf unterstreicht.
- Es gibt in der Bevölkerung normative Grundlagen für die deutsche Einwanderungsgesellschaft: So bekennen sich u. a. 72 Prozent zur grundsätzlichen Erwerbbarkeit des Deutschseins, und die von uns befragten Menschen mit Einwanderungsgeschichte fallen durch breit-mehrheitliche persönliche Verbundenheit mit Deutschland sowie überdurchschnittlich hohe Dankbarkeit gegenüber dem Land auf. Zugleich sind einerseits Vorbehalte gegenüber wachsender kultureller Vielfalt, andererseits gesteigertes Ausschlusserleben unter Menschen mit Einwanderungsgeschichte in unserer Studie zu verzeichnen. Es gibt großen Bedarf für eine möglichst nuancierte und konstruktive Einwanderungsdebatte.
- Das derzeit in Deutschland starke (subjektive) Spaltungsempfinden stützt sich auf eine Reihe unterschiedlicher empfundener Trennlinien (mit der Arm-Reich-Schere an erster Stelle, s. auch generelle More in Common-Gesellschaftsforschung). Somit bestehen parallele Aushandlungsbedarfe für unsere Gesellschaft.

4.

ZUKUNFTSBEDARFE UND -DEBATTEN:

- 65 Prozent der Menschen stimmen zu, dass es eine „verbindliche Debatte“ über gemeinsame Selbstverständnisse in Deutschland brauche. Zugleich wurde in unseren Forschungsgesprächen vor allzu starren Identitätskorsetts auf Kosten individueller Selbstbilder gewarnt. Im Sinne der pluralistischen Gesellschaft geht es primär um die Aushandlung gemeinsamer „Eckpfeiler“.
- Beim Gespräch über Zukunftsvorschläge gilt es, die Bewahrung bisheriger Besitzstände und Errungenschaften einerseits und Neuerungen andererseits zusammenzudenken, um unterschiedlichen Bevölkerungseinstellungen zur „Wandelbarkeit“ deutscher Identitäten verbindend Rechnung zu tragen.
- Menschen wünschen sich die (erneute) Stärkung des verbreiteten deutschen Selbstbildes als Performanz- und Soliditätsnation: Zielbilder eines struktur- und leistungsstarken Landes, das demokratisch ist und für die Menschen liefert, sind in den Zukunftswünschen der Bevölkerung dominant.
- Der künftige Umgang mit den Verbrechen der deutschen Vergangenheit ist in der Bevölkerung umstritten: 50 Prozent plädieren für weitere Auseinandersetzung, 46 Prozent dagegen. Im Forschungsgespräch rangen Befragte teils mit der gefühlten Assoziation von historischer und persönlich-aktueller Schuld. Es bietet sich auf dieser Grundlage an, insbesondere die gemeinsame bürger-schaftliche *Verantwortung zur Erinnerung* als Schlüsselbegriff zu stärken.

- Menschen in Deutschland wünschen sich etwaige Debatten zu Deutschlands Zukunft perspektivenreich. Mit Abstand am häufigsten wird mehr Raum für die Stimmen Jüngerer eingefordert (45 Prozent), gefolgt von Menschen mit mittleren oder niedrigen Einkommen (29 bzw. 25 Prozent), Frauen (28 Prozent), Älteren (23 Prozent) sowie Menschen mit Einwanderungsgeschichte (21 Prozent). Zugleich drängen viele soziodemografische Teilgruppen jeweils vermehrt auf die eigene Repräsentanz.

Aus diesen Befunden ergeben sich klare Handlungsanlässe: Politik kann über programmatische Zukunftsarbeit das Vertrauen in unsere kollektive Handlungsfähigkeit stärken. Zivilgesellschaft kann mit ihrem Einsatz gegenseitige Anerkennung und Gemeinsamkeit in der Gesellschaft stark machen. Medien können dazu beitragen, Nuance und Perspektivenvielfalt in öffentlichen Zukunftsdebatten zu wahren. Wirtschaftsunternehmen können über ihre Identifikationswirkung, Investitionen und ihre Kultur am Arbeitsplatz wirken. All dies kann die Verständigung über verbindende Selbstbilder in der Bundesrepublik befördern.

Einleitung: Was ist deutsch – und müssen wir das wissen?



In unserer modernen deutschen Gesellschaft gibt es Nischen für (fast) alles: für verschiedenste Lebensentwürfe, Steckenpferde, Qualifikationen und Engagements, für diverse Werte, Denkweisen und Positionen. Das ist auch richtig und gut so. **Unser pluralistisches Gemeinwesen lebt davon, dass sich freie Menschen für verschiedene Dinge begeistern, einsetzen und zusammenschließen – und so unsere Gesellschaft breit aufstellen.** Wenn sich die Menschen zudem auf demokratische Spielregeln einigen können, laufen die Dinge im Sinne unserer freiheitlichen Grundordnung.

Nur ist das oben Beschriebene der Anspruch für die meisten westlichen Demokratien – egal, um welche es genau geht. Reicht das dann aber im Zweifel auch, um uns dauerhaft als Bevölkerung eines bestimmten Nationalstaats im Herzen Europas zusammenzuhalten, der ausgerechnet Deutschland heißt? Oder brauchen wir darüber hinaus ein Minimum an gemeinsamem Selbstverständnis, nicht als irgendeine, sondern als *deutsche* Gesellschaft? Oder wäre das wiederum eine gefährliche Verkürzung unserer Vielseitigkeit, ein riskantes Spiel mit Festlegungen? Anders gefragt: **Was macht in der ersten Hälfte des 21. Jahrhunderts eigentlich die deutsche Gesellschaft als solche aus – und können/sollten/müssen wir das wissen?**

Nun sind Fragen „nationaler Identität“ für die deutsche Gesellschaft kein unbelastetes Thema. **Das etwa in Frankreich oder den USA geläufige öffentliche Beschwören nationaler Selbstverständnisse ist vielen hierzulande fremd, und das aus guten Gründen.** Eine besiegte und danach geteilte Nation gewesen zu sein, die den Umgang mit den eigenen Menschheitsverbrechen erst schmerzhaft (und häufig nicht freiwillig) lernen musste, bleibt eine prägende Erfahrung. Das Schweigen nach dem Krieg und folgende Generationenkonflikte um Schuld und Verantwortung; der Versuch neuer selbstdefinitorischer „Standbeine“ der Deutschen in Wohlstand, europäischer Einigung und Bürgergesellschaft; Debatten um den besten Modus der Wiedervereinigung; der verschleppte Umgang mit dem eigenen De-facto-Status als Einwanderungsland: All dies sind Beispiele für das schwierige Ringen der deutschen Gesellschaft mit der Frage, wer sie eigentlich sein kann und soll. Und die Angst vieler vor erneutem Ungeist, vor Ausgrenzung und nationaler Selbstüberhöhung, sowie der Unmut anderer über gefühlte Tabus im Bekenntnis zu Deutschland sind real. Menschen in Forschungsgesprächen demonstrieren uns immer wieder, dass das Gespräch über Deutschland ein spezielles bleibt – z. B. in der Frage, ob man dabei von so etwas wie „Stolz“ sprechen könne oder nicht.

Es verwundert mitunter nicht, wenn viele gesellschaftliche Akteure in Deutschland lieber einen Bogen um Fragen von „großen“ Identitäten und Selbstverständnissen dieses Landes machen und sie ihre Arbeit eher an wichtigen Sachthemen und Teilaspekten festmachen. Aber lässt sich die Wer-sind-wir-Frage wirklich dauerhaft „vermeiden“ bzw. über die gründliche Gestaltung unserer gesellschaftlichen Realitäten quasi-beiläufig auflösen? Diese Frage treibt uns bei More in Common zunehmend um. Denn **relevante Entwicklungen der Gegenwart legen nahe, dass es für demokratische Akteure sehr wohl lohnend oder sogar geboten sein kann, verstärkt darüber nachzudenken, welche bundesrepublikanischen Selbstverständnisse unsere Gesellschaft zusammenhalten können:**

Erstens leidet unsere Gesellschaft, so zeigt es unsere Forschung,¹ derzeit unter Zukunftspessimismus: Wer also erzählt das künftige Deutschland sinnstiftend – und gibt so neue Hoffnung? **Zweitens** wandelt sich unsere Gesellschaft durch Einwanderung: Welche (neuen oder alten) gemeinsamen Selbstbilder hält sie sich dabei verbindend vor? **Drittens** befördern illiberale Kräfte derzeit vermehrt ausschließende Bilder von Deutschland: Welche inklusiven Identifikationsangebote setzen ihnen demokratische Kräfte also entgegen? Und **viertens**: Stecken nicht in den großen Fragen unserer

1 Vgl. More in Common (2024): Orientierung gesucht: Wie es unserer Gesellschaft vor den Neuwahlen geht.

Zeit immer auch Selbstbildfragen, auf die es tiefgehende Antworten braucht? Etwa in Fragen von Krieg und Frieden in der Welt und Deutschlands Rolle dabei?

Wir von More in Common wollen demokratischen Akteuren dabei helfen, sich an die „dicken Bretter“ unserer Gesellschaft zu wagen und ihre verbindende Zukunftsarbeit zu stärken. Deswegen interessiert uns, welche Deutschlandbilder Menschen derzeit prägen – und wie sie sich ihre künftige Republik vorstellen. **Was gibt uns in diesem Land Selbstvergewisserung und Halt? Wer wollen wir gemeinsam sein, wofür wollen wir stehen – und wie können wir das in demokratischer, gerechter und einschließender Weise erreichen?** Bei der Beschäftigung mit diesen Fragen sind wir weniger an fertigen Antworten interessiert als daran, wichtige Debatten voranzutreiben.

Zu diesem Zweck haben wir neu geforscht und in Zusammenarbeit mit unserem Forschungspartner Verian über 2.000 Menschen aus der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 18 Jahren zu ihren individuellen und gesellschaftlichen Selbstbildern sowie ihren Deutschlandbildern befragt. Begonnen haben wir unsere Exploration mit sechs digitalen Fokusgruppen im Mai 2025,² bevor wir im Juni und Juli 2025 eine große Online-Panel-Erhebung unter Nutzung des leistungsstarken Payback-Panels durchgeführt haben.³ Bewusst haben wir für diese Forschung auf unsere bewährte Linse der sechs gesellschaftlichen Typen verzichtet, die ihrerseits bereits u. a. auf Werten, Grundüberzeugungen und Identitäten beruht. Wir wollten einen frischen Blick auf bundesrepublikanische Identitätsfragen wagen – und mithilfe u. a. von soziodemografischen Kriterien verstehen, welche Bevölkerungsteile welche Deutschlandbilder vermehrt pflegen und wünschen. In unserer Forschung haben wir auf die angemessene Vertretung von minderheitlichen, also z. B. ostdeutschen, migrantischen, jüngeren oder auch materiell prekären Perspektiven geachtet. (In Text und Diagrammen der folgenden Seiten bringen wir wechselnde Untergruppen-Vergleiche ein.)

In diesem Report wollen wir unsere wichtigsten Erkenntnisse teilen und so für Praxisakteure nutzbar machen. Klar sollte dabei sein: **Bei einem zu Recht so hochsensiblen Thema wie deutschen Identitäten und Selbstbildern geht es nicht um starre „Wahrheiten“, sondern um das gemeinsame Gespräch** – ein perspektivenreiches und entwicklungs-offenes Gespräch darüber, wer wir in Deutschland sein wollen. Hierzu laden wir alle interessierten Akteure ein.

-
- 2 Die sechs leitfadengestützten und moderierten Fokusgruppen mit jeweils sechs Befragten fanden im Zeitraum vom 22. bis 28. Mai 2025 statt und waren entlang von soziodemografischen, Einstellungs- und Wertmerkmalen so zusammengesetzt, dass wir Vertreterinnen und Vertreter unterschiedlicher Bevölkerungsteile befragen konnten.
 - 3 Insgesamt wurden 2.016 Personen im Zeitraum vom 23. Juni bis 4. Juli 2025 befragt. Die für unsere Befragung gezogene Online-Panel-Stichprobe wurde entlang soziodemografischer Merkmale so quotiert, dass sie die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 18 Jahren möglichst präzise abbildet. Um jegliche diesbezüglichen Abweichungen zu minimieren, wurde der Datensatz nach Befragungsende zudem soziodemografisch gewichtet.

**Vom Privatleben zur
gesellschaftlichen Ebene:
Zählt das „große Ganze“
überhaupt?**



Wir wollen uns der Frage etwaiger Deutschlandbilder in unserer Gesellschaft behutsam nähern. Dazu gehört, auch wirklich „vorne“, also bei den Einzelnen und ihren Selbstbildern anzufangen. Schließlich leben wir in einer ausdifferenzierten Gesellschaft mit vielen Vorstellungen vom Dasein und Glück. In diesem Sinne **haben wir Menschen danach gefragt, was ihnen eigentlich besonders wichtig ist, wenn es darum geht, wer sie selbst im Leben sein wollen.**

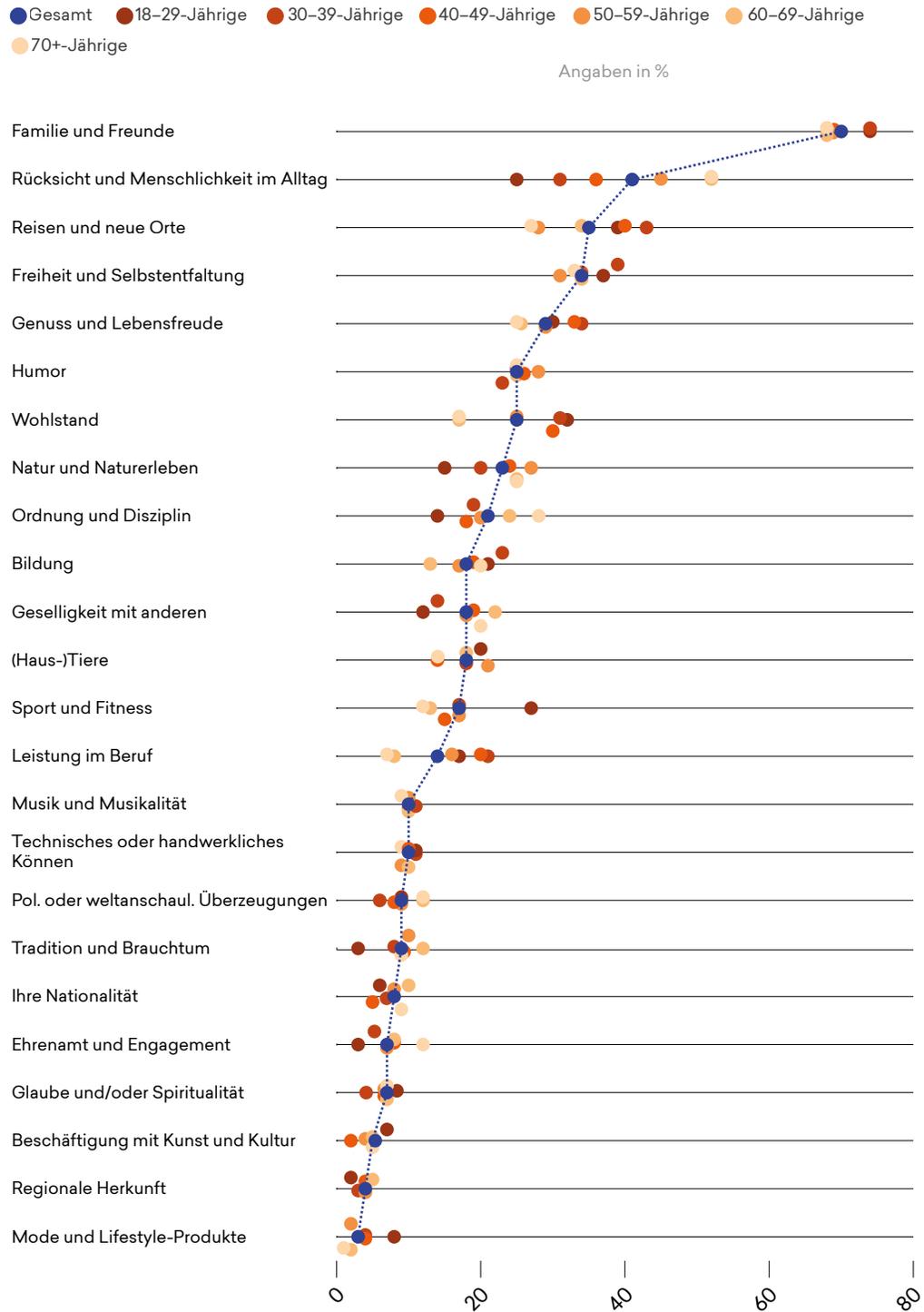
Persönliche Selbstdefinition und Bindungen häufig über das „gute Leben“ im Kleinen

Die Antworten zeigen: Das gute und menschlich verträgliche Leben im Kleinen steht in der Selbstdefinition vieler Menschen im Vordergrund. „Familie und Freunde“ (70 Prozent), „Rücksicht und Menschlichkeit im Alltag“ (41 Prozent), „Reisen und neue Orte“ (35 Prozent), „Freiheit und Selbstentfaltung“ (34 Prozent) sowie „Genuss und Lebensfreude“ (29 Prozent) bilden die Spitze der wichtigsten Lebenszutaten und offenbaren einen **starken Fokus auf das – von guter Alltagsethik gerahmte – menschliche Wohlergehen**. Eher performative Tugenden wie „Ordnung und Disziplin“ (21 Prozent) oder „Leistung im Beruf“ (14 Prozent) liegen bereits etwas dahinter – und deutlich abgeschlagen rangieren „große“ Sinnbezüge wie etwa politisch-weltanschauliche Überzeugungen (neun Prozent) oder Fragen von Glauben und Spiritualität (sieben Prozent).

Diese Befunde decken sich mit unseren Eindrücken aus qualitativen Forschungsgesprächen, in denen sich viele Menschen ebenfalls primär über ihre unmittelbare Lebenswelt und -gestaltung – häufig im Verbund mit Alltagstugenden wie z. B. Ehrlichkeit und Respekt – definierten. **Dabei sehen wir interessante Unterschiede zwischen Bevölkerungsgruppen**, zum Beispiel nach Alter: So bezeugen etwa die Allerjüngsten (die 18- bis 29-Jährigen) eine an manchen Stellen noch etwas stärker individualisierte Lebensstil-Orientierung, indem sie beispielsweise „Wohlstand“ (plus sieben Prozentpunkte) sowie „Sport und Fitness“ (plus zehn Punkte) stärker und dafür „Rücksicht und Menschlichkeit im Alltag“ schwächer (minus 16 Punkte) als im Bevölkerungsschnitt reklamieren; während etwa bei den Allerältesten (70 Jahre und älter) Gemeinschaftsnormen wie Rücksichtnahme, Ordnung und Disziplin sowie Engagement (plus elf, sieben bzw. fünf Punkte) überdurchschnittlich ausgeprägt sind. Übrigens: Einen verstärkten Fokus auf rücksichtsvollen Alltagsumgang legen auch Frauen, die ihn zwölf Prozentpunkte häufiger nennen als Männer. Im Sinne urbanen Lebensgefühls ist zudem die Maxime „Freiheit und Selbstentfaltung“ häufiger in Großstädten und ihren Vororten (43 bzw. 40 Prozent) als etwa im Dörflichen (27 Prozent) zu Hause, während dort u. a. Familie und Freunde, Natur und Tiere öfter (zwischen fünf und 14 Punkte) als in der Großstadt genannt werden.

Diagramm 1

Starker Fokus auf gutes und menschliches Leben im Kleinen Besonders wichtig für Selbstdefinition sind ...



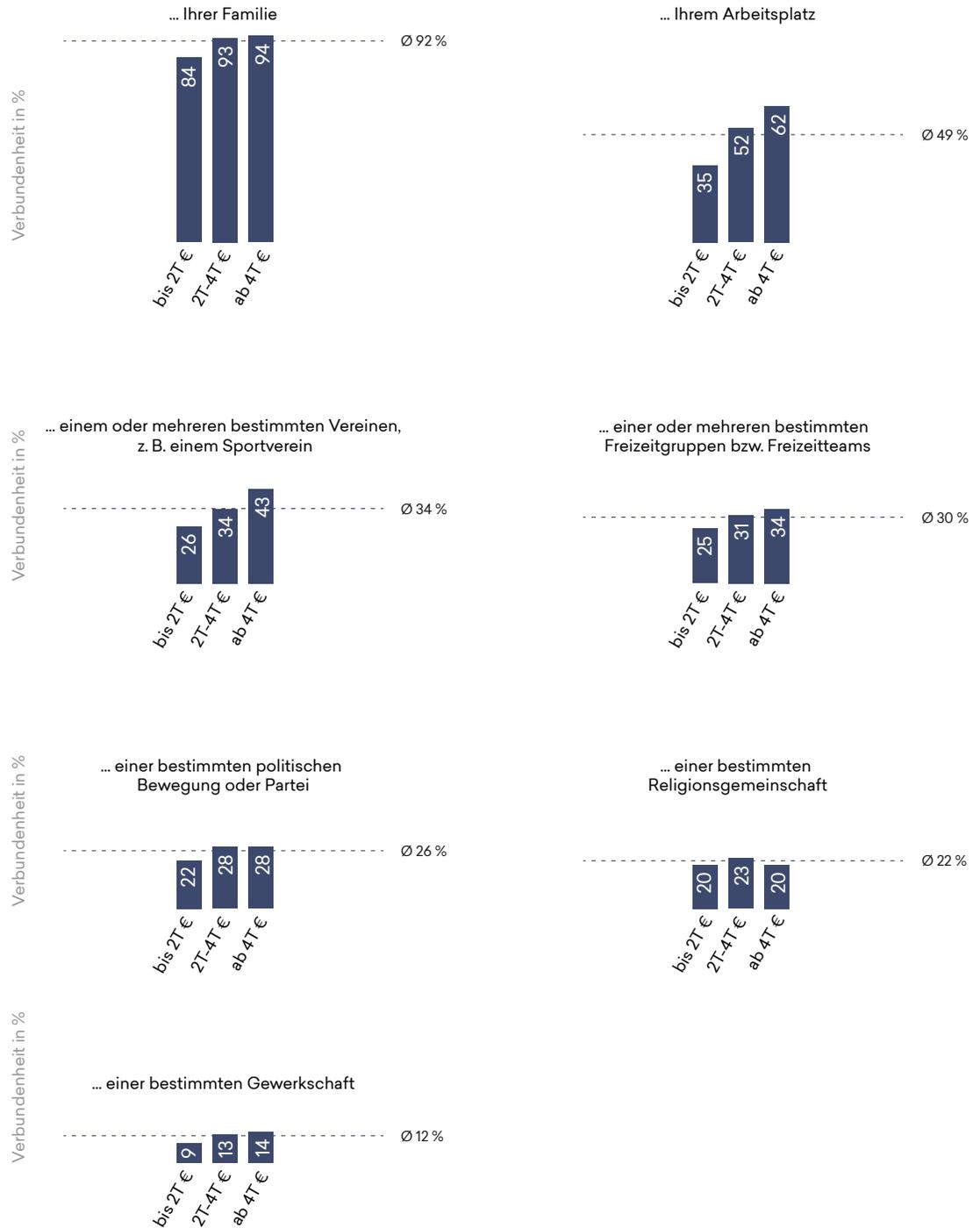
Was ist Ihnen besonders wichtig, wenn es darum geht, wer Sie im Leben sein wollen? Bitte wählen Sie aus der folgenden Liste bis zu fünf der für Sie persönlich wichtigsten Dinge aus. Nicht angegeben: Werte für „etwas anderes“ sowie „nichts davon“.
Quelle: More in Common (2025)

Die selbstdefinitive Schwerpunktsetzung vieler auf das Leben im Kleinen spiegelt sich in der Frage, mit welchen Organisationen oder Gruppen sich Menschen verbunden fühlen. Kurz gesagt: **Institutionelle Bindungen sind umso häufiger, je näher sie am absoluten Kern des Alltagslebens liegen.** Mit der eigenen Familie fühlen sich ganze 92 Prozent eher verbunden, mit dem eigenen Arbeitsplatz immerhin noch 49 Prozent. Geht es jedoch um Bezüge jenseits dieses „Alltags-Minimums“, zeigen sich nur noch Minderheiten verbunden: Das gilt für Vereine und Freizeitgruppen (34 bzw. 30 Prozent) und noch mehr für politische Bewegungen (26 Prozent), Religionsgemeinschaften (22 Prozent) und Gewerkschaften (12 Prozent). **Insbesondere die klassischen „Großorganisationen“ unserer Republik können also im Jahr 2025 in unserer Erhebung keine mehrheitliche Bindewirkung entfalten.** Hinzu kommt beim genaueren Blick auf Untergruppen, dass die allermeisten aufgeführten Bindungsgefühle bei Menschen aus eher einkommensschwachen Haushalten (bis zu 2.000 Euro Haushaltsnettoeinkommen) seltener ausfallen: **Bevölkerungsteile mit weniger Geld scheinen buchstäblich schlechter in dieser Gesellschaft verankert.**

Diagramm 2

Familie und Arbeitsplatz vorne

„Organisationelle“ Verbundenheit mit ... (nach Haushaltsnettoeinkommen)



Inwiefern fühlen Sie sich den folgenden Dingen persönlich verbunden oder nicht verbunden?
Quelle: More in Common (2025)

Auch für Vorbilder schaut man oft nicht „nach oben“, sondern um sich herum

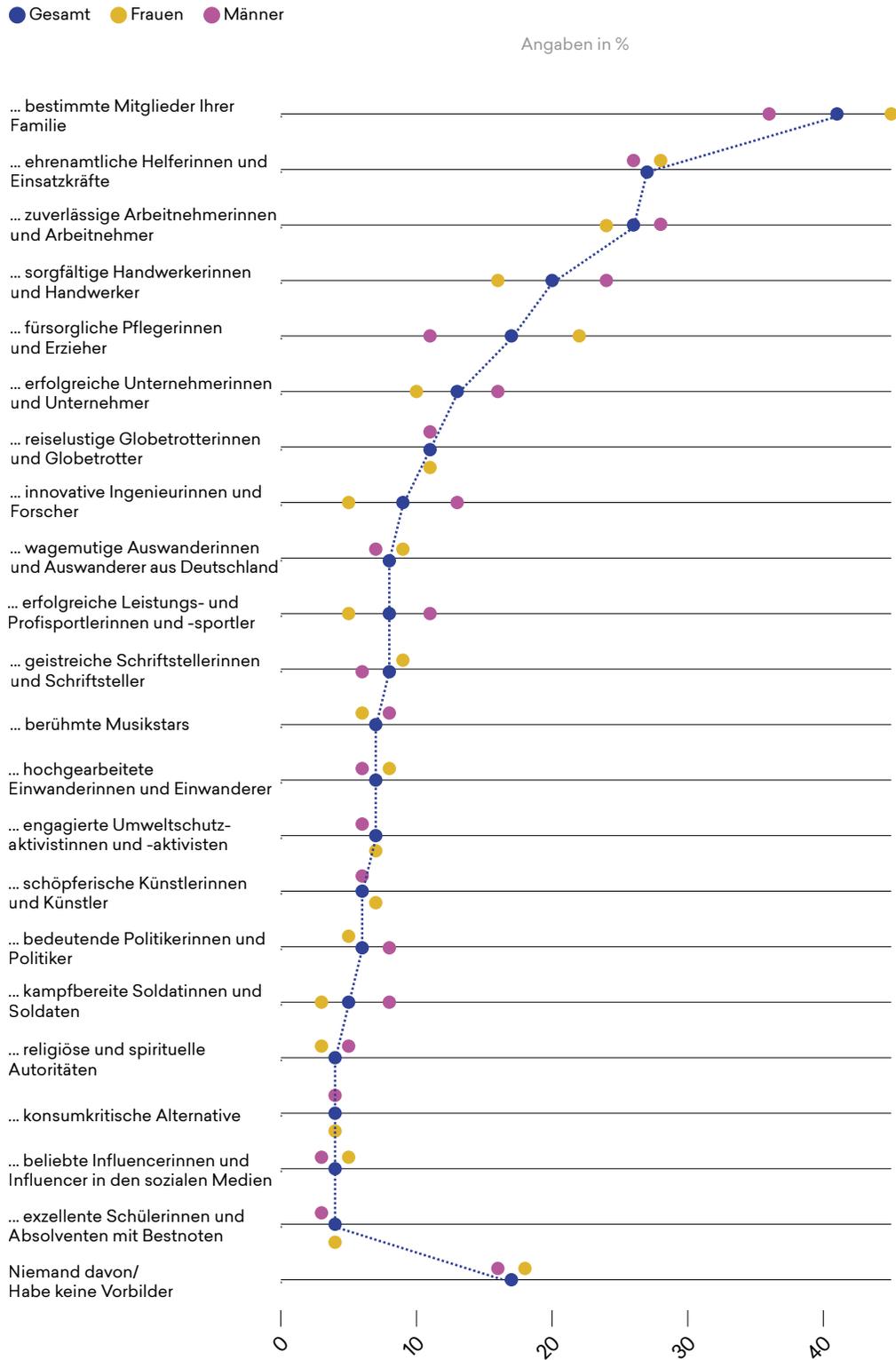
Die Tendenz vieler zur Verankerung im Kleinen setzt sich fort, wenn wir Menschen nach ihren Vorbildern bzw. Menschen mit Identifikationspotenzial fragen. Auch sie werden – wo Befragte das „Vorbildprinzip“ für sich gelten lassen – am allerhäufigsten im Rahmen der Familie (41 Prozent) oder in den Rängen von greifbaren „Alltagshelden“ gesucht, wie etwa ehrenamtlichen Helferinnen und Einsatzkräften (27 Prozent), zuverlässigen Arbeitnehmern (26 Prozent) oder sorgfältigen Handwerkerinnen (20 Prozent). **All diese führenden Vorbildgruppen sind – so unterstreichen es unsere Fokusgruppen – im besten Sinne „Normalos“**, die just damit in ihrer Identifikationswirkung weit vor Berühmtheiten wie etwa Schriftstellerinnen (acht Prozent), Musikstars (sieben Prozent) oder Politikerinnen (sechs Prozent) liegen.

Bei den Vorbildern sehen wir gewisse Schwerpunktsetzungen je nach Bevölkerungsgruppe: So neigen beispielsweise Höhergebildete etwas häufiger als Einfach- und Mittelgebildete zu Ingenieuren/Forscherinnen oder Künstlerinnen als Vorbildern (plus sieben bis zwölf Punkte im direkten Vergleich), während Einfach- und Mittelgebildete noch etwas häufiger auf Alltags-Leistungsträgerinnen wie Handwerker oder Pflegerinnen und Erzieher (sechs bis 14 Punkte plus im direkten Vergleich) setzen. Etwas stärker individualistisch und in die „Spitze“ orientiert zeigen sich erneut die Allerjüngsten, indem sie überdurchschnittlich zu Unternehmern (plus sieben Punkte), Influencerinnen (plus sechs Punkte) sowie Sportprofis und Musikstars (jeweils plus fünf Punkte) neigen, während z. B. die Hinwendung zu Ehrenamtlichen entlang der Altersgruppen ansteigt.

Diagramm 3

Vorbildfunktion haben v. a. Menschen, die das Zusammenleben im Kleinen stärken

Persönliche Identifikationsfiguren bzw. Vorbilder sind ...



Gibt es in der folgenden Liste bestimmte Personengruppen, mit denen Sie sich persönlich gerne identifizieren oder die Ihnen als Vorbild dienen? Sie können bis zu vier Personengruppen auswählen. Manche Antwortoptionen zur besseren Lesbarkeit leicht gekürzt. Hinweis: Aufgrund der geringen Fallzahl von Befragten, die sich nicht (ausschließlich) als Frau oder Mann identifizieren, können diese hier nicht gesondert ausgewiesen werden. Quelle: More in Common (2025)

Zugleich: Menschen denken sehr wohl über unsere Gesellschaft „im Großen“ nach

Wer allerdings nach diesen einführenden Befunden glaubt, dass die allermeisten Menschen einfach im Kleinen „ihr Ding“ machen wollen und sich für „größere“ Belange nicht interessieren, der irrt. Unsere Analyse endet hier noch lange nicht.

So haben wir Menschen danach gefragt, wie häufig sie über bestimmte Dinge nachdenken. Und siehe da: **Während laut eigener Angabe nur 23 Prozent sich „häufig“** (51 Prozent „gelegentlich“) **gedanklich damit beschäftigen, was sie jeweils selbst als Menschen ausmacht, sinnen ganze 51 Prozent häufig** (und weitere 39 Prozent gelegentlich) **über das „Zusammenleben der Menschen in Deutschland“ nach**. Dies passt bestens zu unseren Eindrücken aus zahlreichen qualitativen Forschungsgesprächen der letzten Jahre, in denen Menschen wichtige Dinge über unsere Gesellschaft zu sagen hatten. Die „große“ gedankliche Ebene ist also bei vielen eingeübt, sie findet statt. Nabelschau sieht anders aus, auch wenn uns Menschen immer wieder berichteten, dass sie das Krisenerleben und die gefühlte Flut an Negativnachrichten verunsichere und so teils Lust auf „gedanklichen Rückzug“ mache. Zudem sei vermerkt, dass vor allem die von uns befragten Menschen mit Einwanderungsgeschichte⁴ öfter über eine dritte Sache nachdenken: nämlich über ihr ganz persönliches Verhältnis zu Deutschland. „Häufig“ tun dies von ihnen 30 Prozent, bei Menschen ohne Einwanderungsgeschichte sind es nur 23 Prozent.

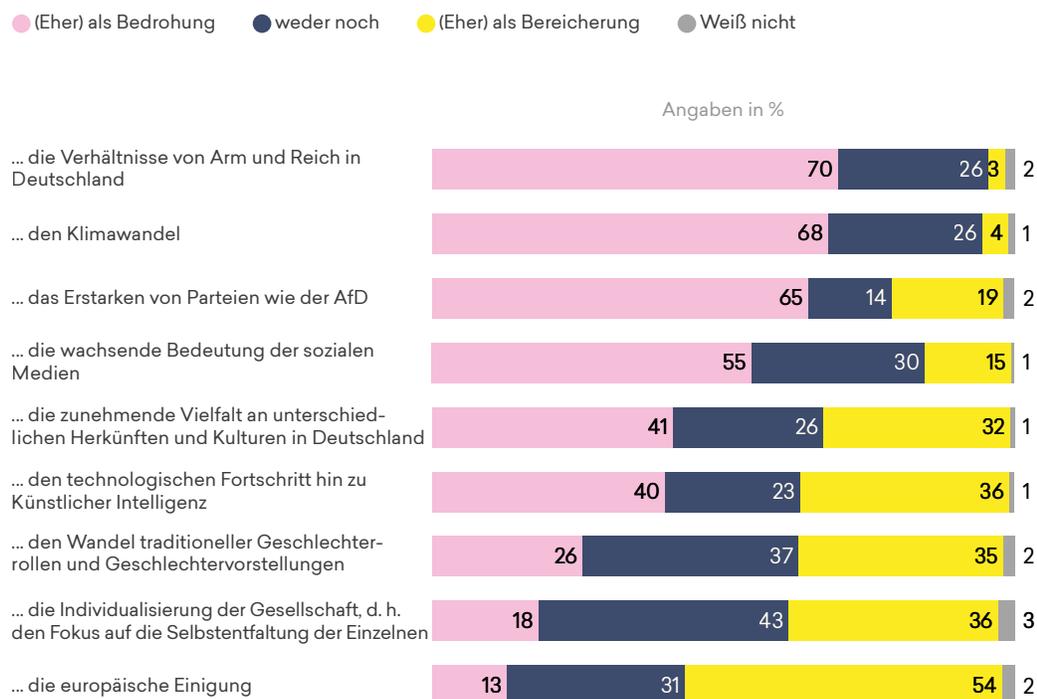
Aus Sicht vieler ergibt es auch Sinn, über gesamtgesellschaftliche Bezüge nachzudenken. **Schließlich erkennen Menschen in der Regel die Relevanz großer Entwicklungen für ihr eigenes Leben**. Wir haben sie in unserer Befragung mit einer Reihe an derzeitigen Gesellschaftsphänomenen konfrontiert – und in den allermeisten Fällen erkannten mindestens relative Mehrheiten diese Entwicklungen entweder als Bedrohung (wie vorneweg das Verhältnis von Arm und Reich mit 70 Prozent und den Klimawandel mit 68 Prozent) oder aber als Bereicherung für sie selbst (wie die europäische Einigung mit 54 Prozent). Bei nur zwei von neun abgefragten Entwicklungen (Individualisierung, sowie Wandel von Geschlechterrollen/-vorstellungen) fanden relative Mehrheiten (von 43 bzw. 37 Prozent), dass diese ihre eigene Lebensweise weder bedrohten noch bereicherten. In anderen Worten: Was in der Gesellschaft geschieht, ist auch für die meisten Einzelnen grundsätzlich von Bedeutung.

An diesem übergeordneten Befund ändert auch die Tatsache nichts, dass die genaue Bewertung von Bedrohungen und Bereicherungen zwischen Bevölkerungsgruppen schwankt: Zu den stärkeren Abweichungen vom Durchschnitt gehört, dass man im Osten etwas seltener (aber noch mehrheitlich) den Aufstieg von Parteien wie der AfD als Bedrohung erlebt (minus zwölf Punkte), unter den Über-70-Jährigen dagegen häufiger (plus 16 Punkte). Weiter empfinden Höhergebildete häufiger kulturelle Vielfalt oder die europäische Einigung (jeweils plus 13 Punkte) als Bereicherung. Dass zudem die Jüngsten (18- bis 29-Jährige) technologischen Fortschritt, kulturelle Vielfalt und gesellschaftliche Individualisierung angesichts ihrer eigenen eingeübten Lebensrealität am häufigsten (plus zwölf, 14 bzw. 16 Punkte zum Durchschnitt) als Bereicherung empfinden, scheint einleuchtend.

4 Hier und bei allen weiteren Nennungen berücksichtigen wir unter „Menschen mit Einwanderungsgeschichte“ jene befragten Personen, die entweder selbst, oder von denen beide oder mindestens ein Elternteil seit 1950 nach Deutschland eingewandert sind. Ergo schließen wir auch Menschen mit „einseitiger“ Einwanderungsgeschichte ein.

Diagramm 4

Bereicherung, Bedrohung, weder noch? Empfundener Einfluss großer Themen auf eigenes Leben



Betrachten Sie die folgenden Dinge eher als Bereicherung oder eher als Bedrohung für die Art und Weise, wie Sie sich Ihr Leben vorstellen? Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt.
Quelle: More in Common (2025)

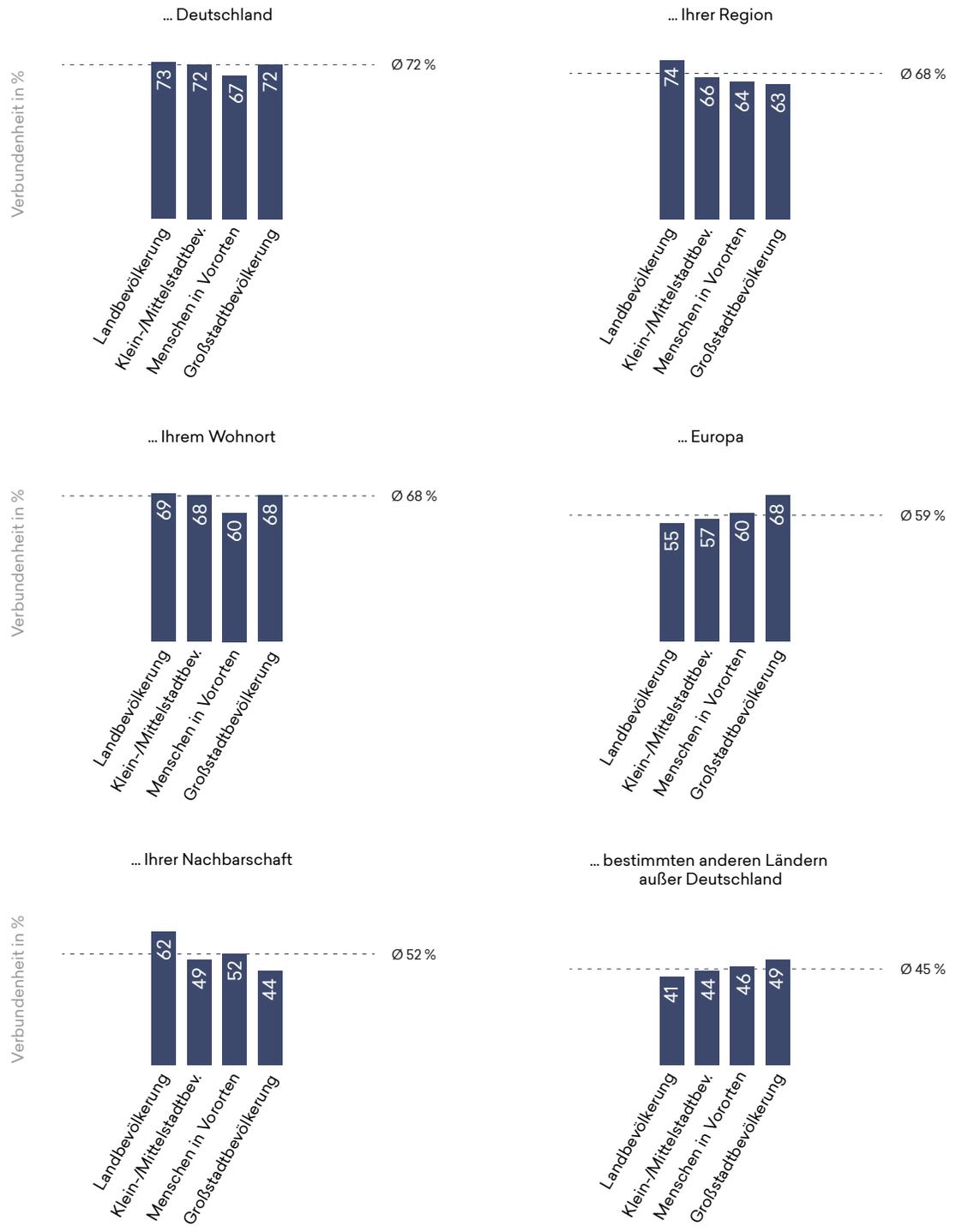
Stärkste räumliche Verbundenheit mit ... Deutschland!

Große Themen zählen also für die meisten. Und auch die räumlichen Bezüge der Menschen sind weniger klein geraten, als es die ersten hier vorgestellten Befunde nahelegen: Fragt man, inwiefern sich Menschen mit bestimmten geografischen Ebenen verbunden fühlen – und zwar aufsteigend von der eigenen Nachbarschaft bis hin zu Europa – so liegt Deutschland als nationale Ebene vorne. **72 Prozent der Menschen fühlen sich dem ganzen Land verbunden, das sind höhere Werte als für die eigene Region oder den Wohnort (jeweils 68 Prozent)** – und das in einem Föderalstaat mit traditionell selbstbewussten Bundesländern und Kommunen.

Auch hier gibt es natürlich **Nuancen nach Bevölkerungsgruppen** zu beachten: Beispielsweise steigen (innerdeutsche) räumliche Verbundenheitsgefühle häufig entlang der Altersgruppen (z. B. Verbundenheit mit Nachbarschaft nur 31 Prozent bei den 18- bis 29-Jährigen und 58 bzw. 62 Prozent bei den ältesten Gruppen), und eine im Vergleich zum Durchschnitt stärkere kleinräumige Verwurzelung haben ebenso Menschen im ländlichen Raum (z. B. plus zehn bzw. sechs Punkte bei Nachbarschaft und Region). Andersherum weisen z. B. die befragten Menschen mit Einwanderungsgeschichte etwas weniger Nachdruck in ihrer gefühlten kleinräumigen Einbindung insgesamt auf (z. B. Nachbarschaft: minus neun Prozentpunkte zum Durchschnitt); sie fühlen sich dafür z. B. häufiger anderen Ländern verbunden (plus 13 Punkte). Weiter fühlen sich Höhergebildete überdurchschnittlich häufig Europa verbunden (plus zwölf Punkte). Abschließend ist die durchaus starke Verbundenheit der Ostdeutschen mit ihrer Landeshälfte (67 Prozent) nennenswert.

Diagramm 5

Deutschland als wichtigste geografische Bezugsebene Verbundenheit mit ...



Inwiefern fühlen Sie sich den folgenden Orten persönlich verbunden oder nicht verbunden?
Quelle: More in Common (2025)

Wir können am Schluss dieses Kapitels festhalten: Ja, die persönlichen Selbstdefinitionen vieler Menschen in Deutschland sind stark von privat-lebensweltlichen Präferenzen, Vorbildern und Bindungen geprägt. Das heißt aber noch lange nicht, dass große gesellschaftliche Themen und Bezüge außen vor bleiben. Sie treiben Menschen um – Menschen, die zudem mehrheitlich ihre persönliche Verbindung nicht nur zu ihrer „kleinen“ Realität vor Ort, sondern gerade auch zu unserem Land insgesamt erkennen. Für gesellschaftliche Akteure heißt dies: **Man sollte Menschen nicht vorschnell als „Biedermeier“ (ab-)qualifizieren, nur weil ihnen ihre eigenen Lebensbezüge wichtig sind und man teils im Privaten Schutz vor der Weltlage sucht. Es ist mit den allermeisten von ihnen – so zeigen es unsere Forschungsgespräche immer wieder – sehr wohl möglich, über „große“ Themen nachzudenken.** Das bringt uns zu unserem nächsten Thema: dem emotionalen Verhältnis der Menschen zu Deutschland als Land und Gemeinwesen.

DAS VERHÄLTNIS VON PRIVAT UND GESELLSCHAFTLICH FÜR MENSCHEN IN IHREN EIGENEN WORTEN:

„1989 sicherlich die Wiedervereinigung. Ich weiß auch noch, was ich an 9/11 gemacht habe. Damals auch in der Schulzeit die Irak-Kriege, solche Sachen, Afghanistan. Solche Dinge haben auch immer was mit mir gemacht. Dass die Freiheit und der Wohlstand, in dem wir leben, nicht selbstverständlich ist und dass man der guten Zeit auch Bedeutung geben sollte und dass es uns in vielen Bereichen doch ganz gut geht.“

„Wenn ich Probleme zu wälzen habe, fahre ich in den Garten und dann höre ich auf, darüber nachzudenken, weil ich dann in die Gartenwelt tauche. Dann ist es wie eine Auffrischung. Ich habe auch schon sehr schöne Gespräche bei Sturm im Garten unter dem Wetterschutz geführt.“

„Gute Freunde, dass man sich mit Menschen unterhalten kann, dass man gemeinsame Hobbys hat, dass man nicht bloß arbeitet, sondern auch eine gute Zeit miteinander verbringen kann. Es gibt sehr viele sehr schöne Orte auf der ganzen Welt.“

„Wenn ich jemanden als Vorbild nennen müsste, würde ich meine Familie sagen. Von klein auf habe ich gesehen, wie die zusammengehalten, fast immer nur zusammen waren, wie die immer Liebe gezeigt haben.“

„Viel zu viel Input, würde ich sagen. Man ist ständig online, man kann sich alles reinziehen, sämtliche Informationen ranziehen. Das ist natürlich positiv und negativ zu bewerten. Ich habe mich aus der Nachrichtewelt abgekapselt, weil es nur negativ behaftet ist.“

„Aber wenn ich merke, dass ich ungerecht behandelt werde, bin ich ein Gerechtigkeitskämpfer. Egal ob es nur für mich ist oder ob es für andere ist. Da habe ich direkt eine Alarmglocke bei mir und das hat mich geprägt.“

**Wir und Deutschland:
Kein ganz leichtes
Verhältnis.
Aber ein Verhältnis.**



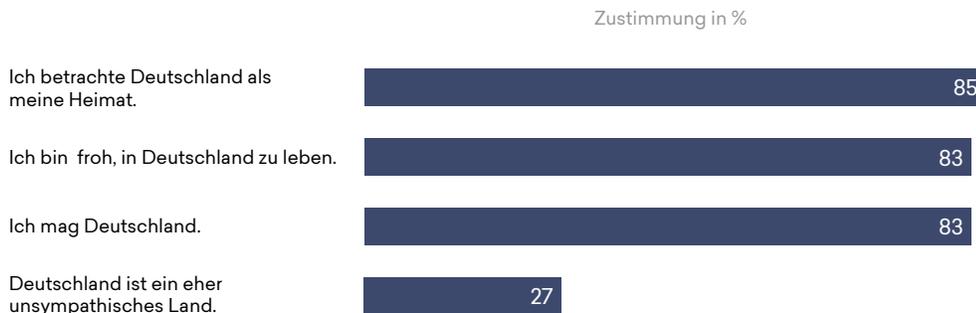
Deutschland geht nicht immer leicht von der Zunge. **In unseren Forschungsgesprächen haben wir miterlebt, wie schwer Menschen teils das spontane Sprechen darüber fällt, was Deutschland eigentlich für ein Land ist.** Wir haben bei manchen Überraschung, Ausweich- und Suchbewegungen erlebt. Einige beschrieben das Thema sinngemäß als anstrengend. Ganz so, als sei „Deutschland“ etwas, das man zwar einerseits aus eigenem Erleben kennt, das einem aber andererseits als Gesprächsgegenstand teils etwas ungeheuer ist und zu dem einem aus dem Stand keine „fertige“ Geschichte einfallen will.⁵ Besonders augenfällig wurde dies bei Themen, die sich ausdrücklich um Fragen etwaiger „deutscher Identitäten“ drehten. Das Gespräch lief dann beileibe nicht immer von selbst.

Hierzu passt eindrücklich, wenn von unseren quantitativ Befragten lediglich 40 Prozent zustimmen, dass es einfach sei, „mit anderen in Deutschland gelassen über deutsche Identität zu sprechen“. Am häufigsten sagen das übrigens noch die Allerältesten (über 70 Jahre), sowie – um das Parteienspektrum zu bemühen – die Unionswählerschaft mit jeweils 50 bzw. 51 Prozent. Dass tatsächlich eine gewisse Hemmung vorliegen könnte, untermauert der weitere Befund, dass eine Mehrheit von 56 Prozent angibt, ihre „positiven Gefühle für Deutschland“ seien „innerlich stärker“ als das, was sie davon zeigen würden. Deutschland ist jemand, über den man wohl häufig nur verhalten spricht.

Meist (gemäßigt) positives Grundverhältnis zu Deutschland

Der Clou ist nun, dass unter dieser (historisch nachvollziehbaren) Befangenheit im Gespräch bei den meisten ein positives emotionales Grundverhältnis zu Deutschland vorliegt. **So empfinden sich 79 Prozent unserer Befragten eher oder sehr stark als deutsch, und sogar 85 Prozent unserer Befragten bejahen, dass sie Deutschland als ihre Heimat betrachten.** 83 Prozent geben weiter an, Deutschland zu mögen – und im „Gegencheck“ stimmen lediglich 27 Prozent der Befragten der Aussage zu, dass Deutschland ein „eher unsympathisches Land“ sei. Von einer breiten emotionalen Distanzierung der Menschen von ihrem Land kann die Rede nicht sein, eher im Gegenteil. Übrigens: **Auch unsere Befragten mit Einwanderungsgeschichte fühlen sich mehrheitlich deutsch (64 Prozent) und betrachten das Land als ihre Heimat (72 Prozent).** Ein Sympathie-Problem hat Deutschland noch am ehesten unter Linke- und AfD-Wählerschaften sowie unter 18- bis 29- und 30- bis 39-Jährigen, von denen es jeweils 43, 41, 38 bzw. 37 Prozent für unsympathisch halten, wenngleich auch das Minderheiten sind.

5 Zu den starken Ambivalenzen deutscher Selbstverständnisse vgl. auch die bereits vor knapp zwei Jahrzehnten erschienene Studie: Identity Foundation (2007): „Deutschland auf der Suche nach sich selbst“. Eine Nation, die eigentlich keine sein kann. Im Werkeln sind die Deutschen Weltmeister. Schriftenreihe der Identity Foundation, Band 9, September 2007.



Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

Quelle: More in Common (2025)

Fragt man noch spezifischer die jeweils stärksten Emotionen der Menschen gegenüber ihrem Land ab, kommt die beschriebene Mischung aus Verhaltenheit einerseits und positivem Bezug andererseits erneut zum Vorschein. **Im Grunde bietet sich beim Blick auf das Gefühlstableau der Befragten zu Deutschland ein Dreisatz an:**

Erstens fällt auf, wie selten es zu wirklich intensiven Emotionen kommt: So landen sowohl die „Liebe“ im Positiven wie die „Verachtung“ im Negativen mit sechs bzw. vier Prozent Nennungen fast ganz hinten. **Zweitens** (wir werden im nächsten Kapitel noch darüber sprechen müssen), dass als häufigste Einzelemotion derzeit die „Enttäuschung“ mit 38 Prozent ganz oben steht. **Und drittens** – und darum geht es hier – folgen auf den Top-Positionen vier „wohltemperiert“ positive Emotionen, die in ihrer Summe klar den Ton angeben: Verbundenheit (33 Prozent), Dankbarkeit und Zufriedenheit (jeweils 30 Prozent) sowie Zuversicht mit 22 Prozent. Diese vier Gefühle schäumen nicht über, zeugen aber von einem in der Breite gegebenen Positiv-Verhältnis. Die Ergebnisse legen zudem nahe, dass Menschen (abzüglich der beschriebenen Werte für „Enttäuschung“) in ihrem übergeordneten Verhältnis zu Deutschland von erfreulichen Empfindungen begleitet werden, als es derzeit beim konkreten, oft pessimistisch geprägten Nachdenken über Politik und Lage im Land der Fall ist.⁶

Zugleich sollten wir an dieser Stelle über Unterschiede innerhalb der Bevölkerung sprechen:

- So sind **im immer noch soziostrukturell benachteiligten Osten des Landes Negativemotionen wie Enttäuschung (plus acht Punkte) überdurchschnittlich**, Positivempfindungen wie Zufriedenheit oder Dankbarkeit (minus sieben bzw. fünf Prozentpunkte) unterdurchschnittlich vertreten. Ähnliche Effekte lassen sich zwischen Menschen mit höheren und niedrigen Haushaltsnettoeinkommen beobachten.
- Wir sehen erneut eine **insgesamt skeptischere Haltung der jüngeren Jahrgänge**: So sind bei den 18- bis 39-Jährigen Enttäuschung (plus acht Punkte zum Durchschnitt), bei den 18- bis 29-Jährigen auch die Zerrissenheit (plus acht Punkte), Gleichgültigkeit (plus sechs Punkte) und Scham (plus fünf Punkte) zu Ungunsten positiver Emotionen erhöht. Hingegen steigt „Verbundenheit“ im Verlauf der Altersgruppen recht linear an und erreicht ihre Höchststände bei den Über-60- und Über-70-Jährigen (41 bzw. 46 Prozent).

⁶ Vgl. More in Common (2024): Orientierung gesucht: Wie es unserer Gesellschaft vor den Neuwahlen geht.

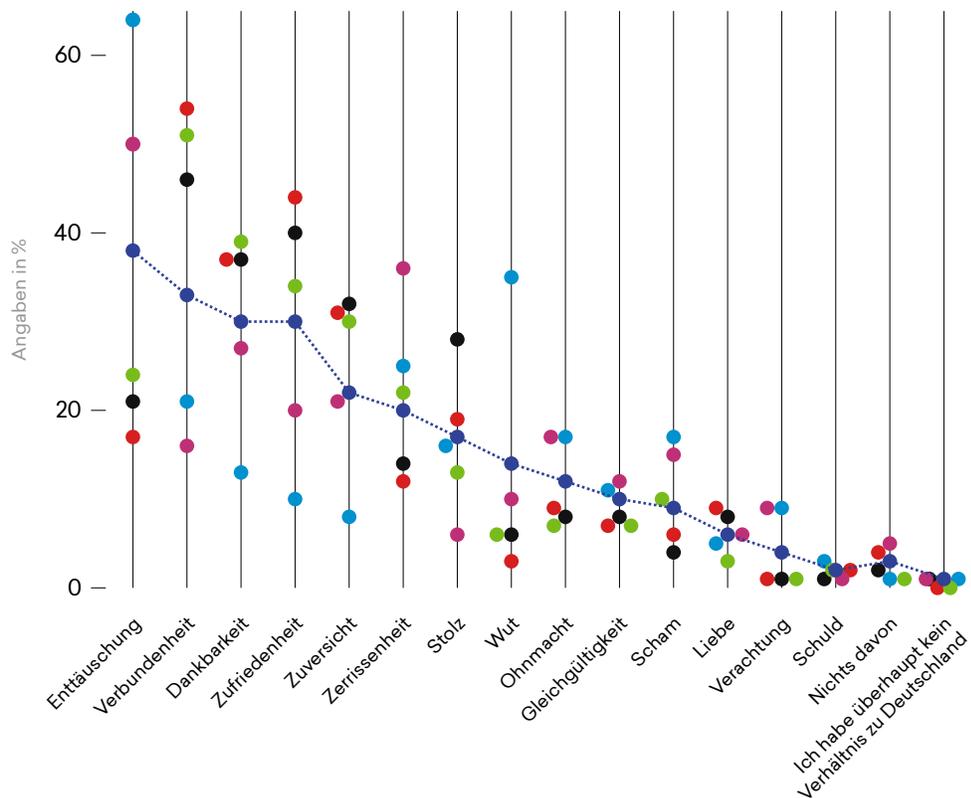
- Einen besonderen Hinweis verdienen Auffälligkeiten unter **Befragten mit Einwanderungsgeschichte: Sie empfinden überdurchschnittlich häufig Dankbarkeit** (plus zwölf Prozentpunkte) und nennen mit 39 Prozent auch öfter Zufriedenheit als im Bevölkerungsschnitt.
- **Männer empfinden deutlich häufiger „Stolz“** auf Deutschland als Frauen (23 zu elf Prozent).
- Und zuletzt noch ein aufschlussreicher Blick auf die Parteiwählerinnen und -wähler: **Während Unions-, SPD- und Grünenwählerschaften häufiger die vier führenden Positivemotionen** (s. oben) **empfinden, sind bei AfD- und Linke-Elektoraten im direkten Vergleich öfter Negativemotionen** wie Enttäuschung, Ohnmacht, Scham und Verachtung vorhanden. In der AfD-Wählerschaft rangiert überdies „Wut“ mit 35 Prozent als zweitstärkste Emotion, während sie im Schnitt erst an achter Stelle steht.

Diagramm 7

Neben Enttäuschung auch viele warme Gefühle

Stärkste Emotionen im Verhältnis zu Deutschland sind ...

● Gesamt
 ● CDU/CSU-Wahlabsicht
 ● AfD-Wahlabsicht
 ● SPD-Wahlabsicht
 ● Grünen-Wahlabsicht
● Linke-Wahlabsicht



Wenn Sie einmal ganz grundsätzlich an Ihr persönliches Verhältnis zu Deutschland denken: Was fühlen Sie dabei?
 Bitte wählen Sie bis zu drei Ihrer stärksten Gefühle aus.
 Quelle: More in Common (2025)

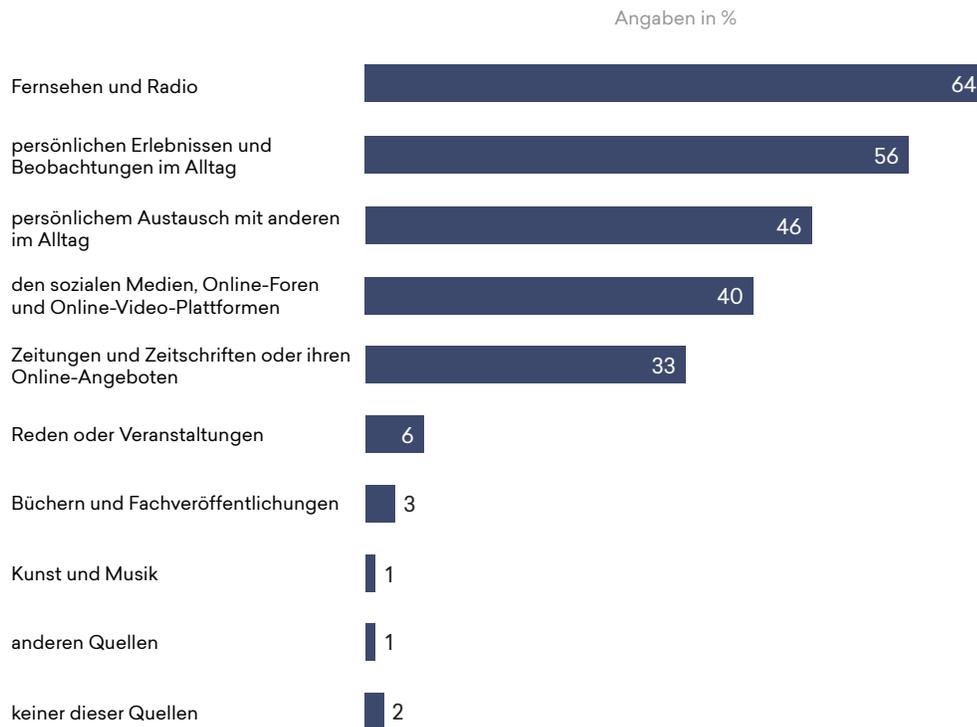
Deutschlandbild der Menschen entsteht häufig „beiläufig“

Eine auffallende Qualität unserer Forschungsgespräche zu deutschen Identitäten war die weitgehende „Pathos-Freiheit“ unserer Befragten. Es kam – und dies passt zu den Befunden oben – eher wenig identifikatorischer Nachdruck auf. Wo man über Deutschland ins Gespräch kommt, bewahren sich viele eine gewisse Beiläufigkeit. Allerdings sollte man bei all dieser Verhaltenheit im Gespräch eines nicht vergessen: **So oder so schaffen sich Menschen über ihre Kommunikationswege fortwährend ein inneres Bild davon, was Deutschland eigentlich für ein Land ist und wie es ihm geht. Nur eben „nebenher“, über den Alltag.**

Zu ihren häufigsten Quellen in Deutschland-Angelegenheiten befragt, nennen sie an erster Stelle Fernsehen und Radio (64 Prozent), gefolgt von persönlichen Erlebnissen und Beobachtungen (56 Prozent), dem persönlichen Austausch (46 Prozent) sowie sozialen Medien und Online-Foren bzw. -Video-Plattformen (40 Prozent). Besonders überdurchschnittlich wirkmächtig sind Soziale-Medien-Infos bei Jüngeren (z. B. plus 28 Punkte bei 18- bis 29-Jährigen) sowie bei AfD- und Linke-Wählerschaften (plus 17 bzw. acht Punkte). Erst weit dahinter liegen aufwendigere Quellen wie Reden und Veranstaltungen, Bücher und Fachveröffentlichungen oder Kunst- und Musikformate. In Kombination mit unserer sonstigen Forschung bei More in Common legt dies nahe: **Was Menschen auf der Straße sehen, wovon sie im Arbeitsplausch hören, was ihnen ihre Nachbarin online weiterleitet, prägt ihr Bild unseres Landes mit** – und so können auch vermeintlich kleine oder banale Themen (wie das Verhalten von Mitmenschen an der nächsten Kreuzung oder der Zustand örtlicher Infrastrukturen) Relevanz für das große Ganze in den Köpfen bekommen.

Diagramm 8

Deutschlandbild wird „nebenher“ im Alltag geprägt Informationen meist aus ...



Woher bekommen Sie derzeit am meisten dazu mit, was Deutschland für ein Land ist und wie es ihm geht?
Bitte wählen Sie bis zu drei Ihrer wichtigsten Quellen aus.
Quelle: More in Common (2025)

Wir haben anhand der bisherigen Befunde gesehen, dass bei den meisten eine zumindest latente Identifikation mit Deutschland stattfindet. **Auch wenn Gespräche über das Land häufig schwerfallen: Ein (maßvoll) positives Grundverhältnis ist bei den meisten innerlich gegeben.** Womöglich lohnt es also, gemeinsam gezielter als bislang aus der bisherigen (Dis-)Komfortzone auszubrechen und mehr Gespräch über Deutschland zu wagen. Dann könnten wir uns der gemeinsamen Frage zuwenden, was wir unter unserem Land eigentlich verstehen wollen und welche Erwartungen wir an es haben.

DAS PERSÖNLICHE VERHÄLTNIS DER MENSCHEN ZU DEUTSCHLAND IN IHREN EIGENEN WORTEN:

„Die Fragen [in der Fokusgruppe] machen das anstrengend. Weil ich mir noch nie darüber Gedanken gemacht habe, wo ich mich sehe und wie Deutschland ist. Wenn ich so darüber nachdenke, wie Deutschland ist, dann gehe ich sofort in die politische Schiene, aber das gefällt mir nicht.“

„Es ist ein unsichtbares Band, das ein Volk zusammenhält. Das kann man schwer beschreiben. Es ist sicherlich die gemeinsame Geschichte der letzten vierzig, fünfzig Jahre. Das hält irgendwo zusammen. Wenn du im Urlaub oder im Ausland einen Deutschen triffst, fühlst du dich irgendwie sofort mit dem verbunden. Da ist ein Band, das ist einfach so.“

„Ich bin nicht stolz, über Deutschland reden zu dürfen, aber ich habe auch kein Problem damit. Ich weiß, was in Deutschland vor vielen Jahren passiert ist. Ich weiß, dass es eine schlimme Entwicklung gab. Ich weiß, dass wir das viel, viel besser können, dass wir sehr gute Sachen haben, dass wir viele Chancen verpennt haben, wo man ein gutes Maß Selbstkritik üben muss. Wir sind weiß Gott nicht die Besten und die Schnellsten, aber man kann sich auf Kontinuität verlassen.“

„Durch die Schule und den Unterricht sehe ich Deutschland nicht als einen Teil von mir, sondern als was Funktionelles. Das ist ein Staat. Dieser ganze politische Aspekt schwebt mir gerade momentan ein bisschen vor Augen und es ist nicht mehr da, um uns irgendwie zu beherbergen, zu schützen, sondern es geht nur noch um Macht und Geld und Krieg und Frieden und da kann ich mich nicht so ganz mit identifizieren.“

„Aber was soll ich in meiner Heimat? Das Einzige ist, dass da von den Großeltern viel hinterlassen worden ist. Das ist ein bisschen schade. Deutschland ist absolut ein Heimatgefühl. Wo soll ich denn sonst hin? Ich bin hier groß geworden. Ich wüsste nicht, wo ich hinsollte.“

„Ich bin schon immer sehr gerne in Deutschland, möchte es nicht missen und will es um nichts auf der Welt austauschen wollen. Mich zieht es nirgendwohin.“

**Deutschland geföhlt im
„Noch“-Modus: Bilder
eines Landes zwischen
hohen Ansprüchen und
Abstiegsangst**

4

Was meinen Menschen eigentlich, wenn sie von „Deutschland“ sprechen? Welche Bilder und Motive haben sie dabei jeweils gedanklich vor Augen, was macht das Land für sie aus und womöglich besonders? Genau darüber haben wir uns in unseren qualitativen Fokusgruppen sehr gründlich mit Menschen aus unterschiedlichen Ecken unserer Gesellschaft unterhalten. Und siehe da: In positiver Hinsicht wurden dabei wiederkehrende Aspekte erkennbar. **Jenseits der deutschen Sprache als gemeinsamer Verständigungsgrundlage und geteilter kultureller Referenz, auf die wir in diesem Report noch zurückkommen werden, konnten wir mit der Zeit (je nach Lesart) zwei bis drei starke positive Hauptstränge in den Deutschland-Verständnissen unserer Befragten erkennen.**

Identifikatorische Hauptmotive: Regionalromantik, Performanz und Errungenschaften

Den **ersten Strang** könnte man (im allerpositivsten Sinne) als unverfängliche „Regionalromantik“ bezeichnen: Menschen berichteten uns von herrlichen Landschaften, Wäldern und Sehenswürdigkeiten, Festen und Traditionen, gemütlichem Essen und Trinken sowie vergleichbaren Reizen unseres Landes. In anderen Worten: **Das Land ist schön.** Der **zweite Strang** ist anders geartet und läuft eher unter der Überschrift „Performanz“. Er beschreibt Deutschland als ein Land der funktionierenden Systeme, der wirtschaftlichen Leistung und Qualität, der konzeptionellen Exzellenz („Dichter und Denker“) und der guten Ergebnisse, und betont überdies auch den Einsatz seiner Menschen, sei es auf der Arbeit oder im Ehrenamt. In anderen Worten: **Das Land kann vieles richtig gut.** Zum **dritten Strang**, den man unter „gesellschaftliche Errungenschaften“ fassen könnte, gehört die Leistung, eine starke und der Welt freundlich zugewandte Demokratie sowie u. a. weitreichende soziale Sicherungssysteme aufgebaut zu haben. In anderen Worten: **In Deutschland lebt es sich vergleichsweise frei und sicher.**

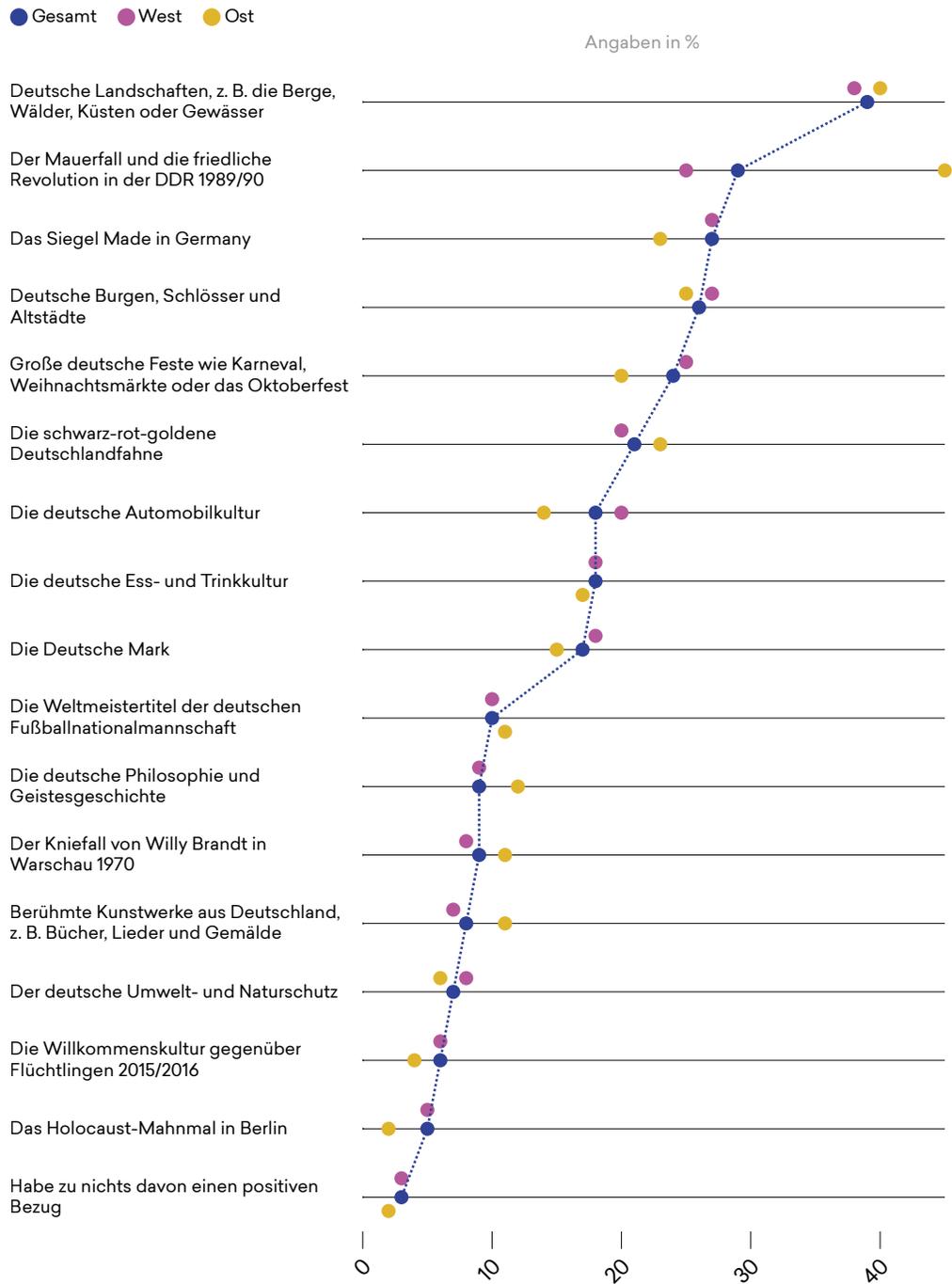
Zugleich überschneiden sich der „Performanz“- und der „Errungenschafts“-Strang im Hinblick auf ihre starken Soliditäts-Motive. Beide scheinen zu besagen: **In Deutschland kann man sich auf vieles verlassen.** Was hingegen im Forschungsgespräch eher fehlte, waren Motive einer im engeren Sinne „politischen“ oder gar „zivilisatorischen“ Nation, wie man sie bei etwa Frankreich oder den USA vermutet, die sich stark über ihr republikanisches Sendungsbewusstsein definieren. Eine wie auch immer geartete ideell-normative „Mission“ des Landes kam also in der Regel weniger auf. **Um zusammenzufassen: Von Deutschland sprach man – im Positiven – von einem schönen, starken, sicher-gemäßigten und verlässlich funktionierenden Land.**

Diese ersten Eindrücke bestätigen unsere quantitativen Befunde, zum Beispiel in der Abfrage der für Menschen bezugsstärksten deutschen Identifikationssymbole und -objekte. In den Top Ten findet sich einerseits eine starke Motivgruppe aus der Rubrik „Regionalromantik“: deutsche Landschaften (39 Prozent), Burgen, Schlösser und Altstädte (26 Prozent), große Feste (24 Prozent) und die deutsche Ess- und Trinkkultur (18 Prozent); sowie zweitens eine Motivgruppe aus der Rubrik „Performanz“: das Siegel „Made in Germany“ (27 Prozent), die deutsche Automobilkultur (18 Prozent), die Deutsche Mark (17 Prozent) sowie die Fußball-Weltmeistertitel (zehn Prozent). Unterbrochen wird dieser Kanon lediglich vom Jahrhundertereignis Mauerfall (29 Prozent, im Osten: 45 Prozent!) sowie vom klassischen Symbol der Deutschlandfahne (21 Prozent). Hingegen werden dezidiert politisch-ideelle Bezüge wie etwa die deutsche Philosophie, der Kniefall von Warschau oder die Willkommenskultur eher auf die hinteren Plätze verwiesen.

Diagramm 9

Regionalromantik, Performanz, Errungenschaften

Bezugsstärkste Identifikationsobjekte bzgl. Deutschland sind ...



Im Folgenden sehen Sie eine Liste von Dingen und Symbolen, die für Deutschland stehen können. Bitte wählen Sie bis zu drei davon aus, zu denen Sie persönlich am ehesten einen positiven Bezug haben.
 Quelle: More in Common (2025)

Interessant ist in diesem Kontext u. a., dass **Jüngere unter 49 Jahren in der Tendenz ein etwas stärkeres Faible für Lebensstil-Bezüge und Performanzbeweise** wie etwa große Feste, Autokultur oder Fußballerfolge aufweisen (zwischen plus fünf und elf Punkte im direkten Vergleich der jüngeren und älteren „Gesellschaftshälfte“), **während ältere Jahrgänge im Vergleich u. a. stärker zur Identifikation über historische Bezüge neigen** (so z. B. beim Mauerfall bis zu 26 Punkte Unterschied zwischen Über-70- und Unter-30-Jährigen). Das ist natürlich einerseits dem Zeit- und Lebensverlauf geschuldet, weist aber andererseits womöglich auf die bereits angedeuteten stärkeren Individualismus-Signale der Jüngeren hin.

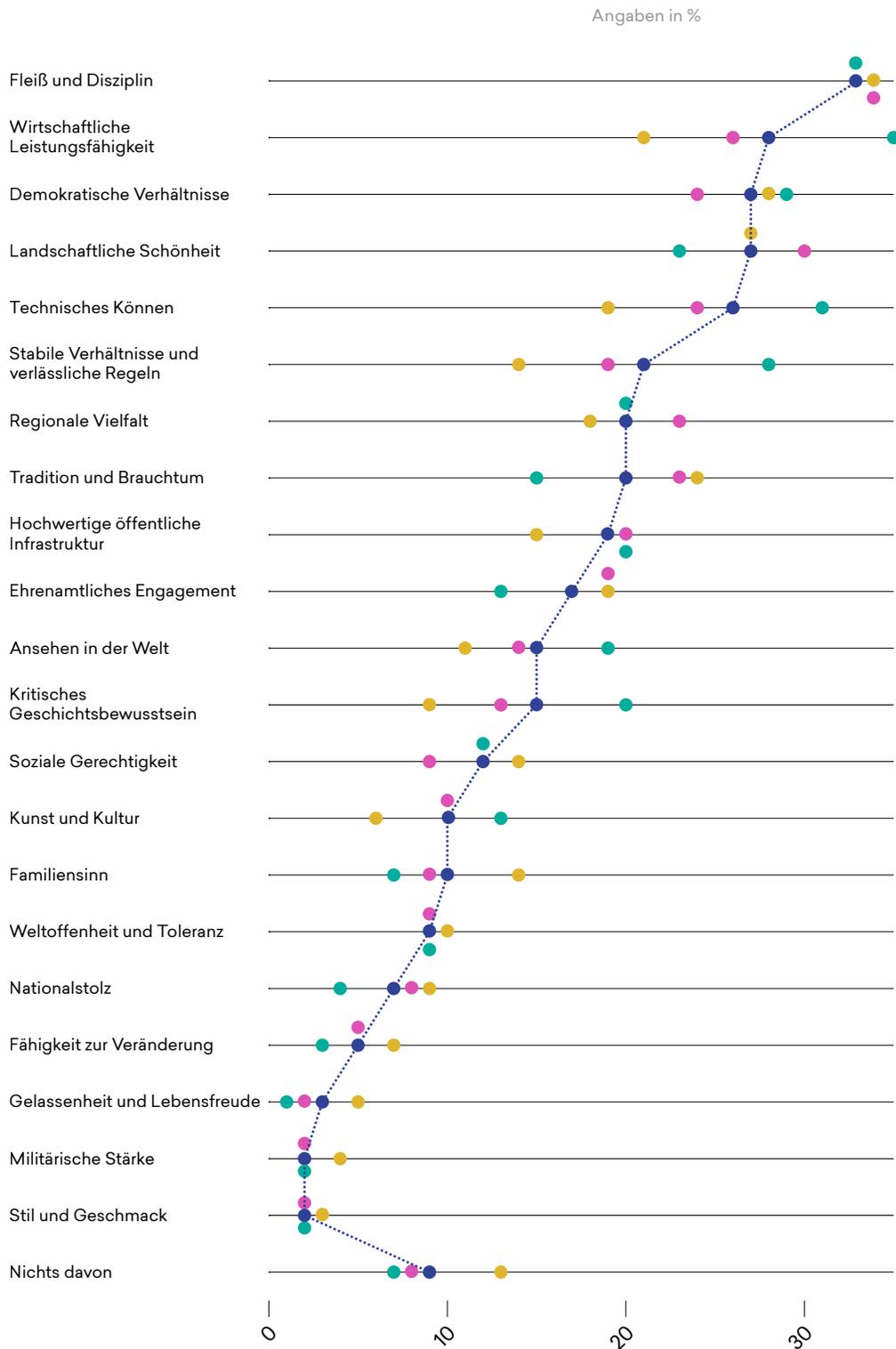
Noch etwas Performanz-orientierter wird die Motiv-Mischung aus „schön und verlässlich-leistungsstark“, wenn wir Menschen in unserer quantitativen Erhebung fragen, was Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern in Europa besonders auszeichnet. Nun dominieren innerhalb der Top-Liste die Leistungsparameter „Fleiß und Disziplin“ (33 Prozent), „wirtschaftliche Leistungsfähigkeit“ (28 Prozent) und „technisches Können“ (26 Prozent), begleitet von den „demokratischen“ bzw. „stabilen Verhältnissen“ (27 bzw. 21 Prozent) sowie von der „landschaftlichen Schönheit“ (27 Prozent), der „regionalen Vielfalt“ sowie „Tradition und Brauchtum“ (jeweils 20 Prozent). **In unseren Fokusgruppen kulminierte der Anspruch, im Verhältnis zum Ausland besonders solide und ergebnisstark abzuschneiden, mehrfach sinngemäß im Wunsch, die „Besten“ oder „unter den Besten“ zu sein.**

Beim genaueren Blick ist z. B. interessant, dass insbesondere Männer wirtschaftlich-technische Leistungsaspekte dominant ansprechen (bis plus 13 Punkte im direkten Vergleich zu Frauen), während Frauen etwas häufiger auf landschaftliche Schönheit und öffentliche Infrastrukturen abstellen (sieben bzw. fünf Punkte Unterschied). Weiter **rangiert u. a. der Demokratie-Aspekt im Deutschlandbild in der älteren Bevölkerungshälfte stärker** (plus elf Punkte im direkten Vergleich der Über- bzw. Unter-50-Jährigen). Zudem zeigen sich gewisse Unterschiede nach Bildungsprofil: Höhergebildete verbinden mit Deutschland u. a. überdurchschnittlich Leistungs- und Stabilitätsparameter (bis plus sieben Punkte) sowie das „kritische Geschichtsbewusstsein“ (plus fünf Punkte), während Einfachgebildete häufiger als Erstere z. B. auf Tradition und Brauchtum oder Familiensinn (plus neun bzw. sieben Punkte im direkten Vergleich) verweisen. Im ländlichen Raum hat man zudem im direkten Vergleich zur Großstadt ein besonderes Auge für landschaftliche Schönheit, Tradition und Ehrenamt (zwischen acht und 14 Punkten Unterschied).

Diagramm 10

Leistung, funktionierende Systeme und regionale Reize Was Deutschland im europäischen Vergleich ausmacht ...

● Gesamt ● Einfache Bildung ● Mittlere Bildung ● Höhere Bildung



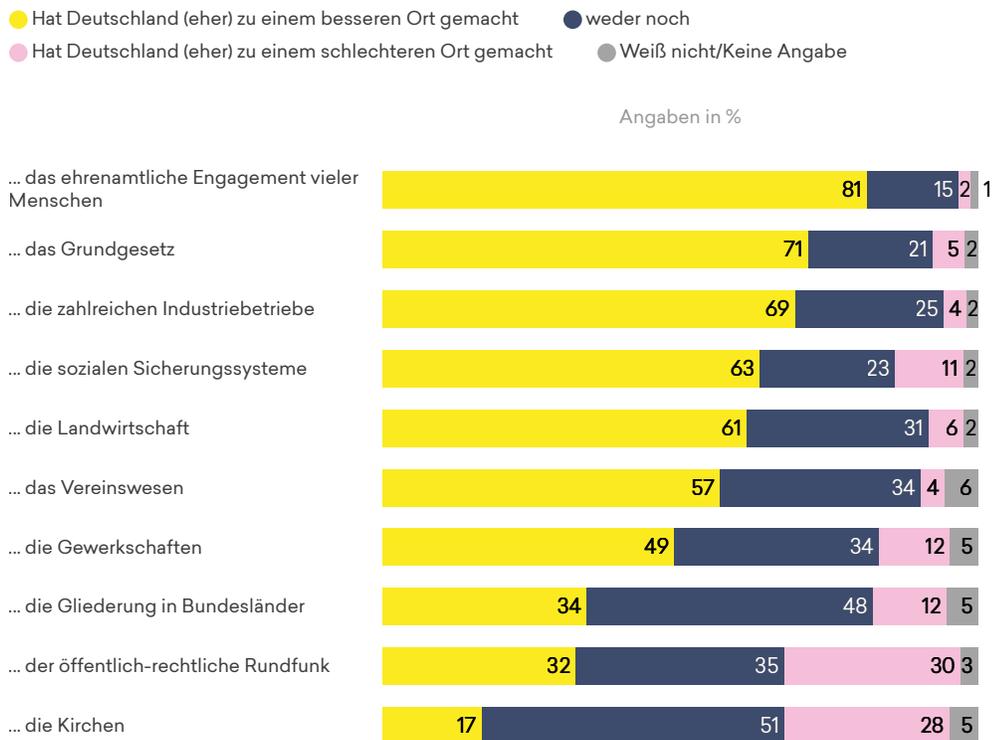
Wenn Sie darüber nachdenken, was Deutschland im Vergleich zum Rest Europas für ein Land ist: Welche der folgenden Aspekte zeichnen Deutschland im Vergleich zu den meisten anderen Ländern in Europa besonders aus? Sie können bis zu fünf Punkte auswählen. Manche Antwortoptionen zur besseren Lesbarkeit leicht gekürzt.
Quelle: More in Common (2025)

Ein Land mit starker Substanz ...

Das Soliditäts- und Stabilitäts-Motiv vieler Menschen beim Blick auf Deutschland setzt sich in ihrer breiten Wertschätzung für die großen Tragsäulen unserer Gesellschaft fort. Danach gefragt, ob bestimmte Einrichtungen und Systeme unser Land bisher zu einem besseren oder schlechteren Ort gemacht hätten, sprechen (relative oder absolute) Mehrheiten den meisten einen positiven Mehrwert für Deutschland zu – allen voran dem ehrenamtlichen Engagement (81 Prozent), dem Grundgesetz (71 Prozent), den Industriebetrieben (69 Prozent) sowie den sozialen Sicherungssystemen (63 Prozent). **Es gibt also ein breites Ja zu vielen institutionellen Stützen unserer Gesellschaft – ein Befund, der bestens zu unseren Fokusgruppen-Eindrücken passt, in denen teils explizit auf die Verlässlichkeit deutscher „Systeme“ abgestellt wurde.** Gleichzeitig ist es wichtig, festzuhalten, dass Menschen mit unterschiedlichen Prägungen und Lebenslagen unterschiedlich auf einzelne Institutionen blicken können: So sollten sich z. B. Besserverdienende (ab 4.000 Euro HH-Nettoeinkommen) und Höhergebildete bewusst machen, dass sie überdurchschnittlich zufrieden mit vielen Einrichtungen sind (z. B. zwischen plus sechs und zwölf Prozentpunkten bei sozialer Sicherung, Industrie, Gewerkschaften und Grundgesetz) – für andere sehen Dinge womöglich weniger rosig aus. Und zudem **fällt auf, dass Parteielectorate teils mit unterschiedlichen „Zufriedenheitsniveaus“ auf unsere Institutionen schauen:** Während Unions- und SPD-Wählerschaften eher überdurchschnittlich positiv auf die allermeisten abgefragten Einrichtungen reagieren und sich je nach Einrichtung beim Grünen-Elektorat ein etwas bzw. beim Linke-Elektorat ein deutlich gemischteres Bild ergibt, bleibt die AfD-Wählerschaft in den meisten Fällen skeptischer als der Bevölkerungsschnitt.

Diagramm 11

Viele Tragsäulen mit großem Positiveinfluss auf unser Land



Und wie ist das mit den folgenden Dingen? Haben diese Deutschland Ihrer Meinung nach bislang alles in allem zu einem besseren oder schlechteren Ort gemacht? Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt.
Quelle: More in Common (2025)

Angesichts des beschriebenen Stärken-Profiles unseres Landes glaubt im Jahr 2025 eine Mehrheit von 65 Prozent, dass in Deutschland „noch immer viele Dinge besser als in anderen Ländern“ funktionieren würden. Im Gegenzug gesteht eine Mehrheit von 55 Prozent dann auch zu, dass viele Länder „einfach eine reizvollere Kultur und Lebensart als wir in Deutschland“ hätten;⁷ und auch in Fokusgruppen fällt wiederholt sinngemäß das Wort vom etwas „steifen“, „überkorrekten“ oder auch „engen“ Deutschland. Anders gesagt: Wir überzeugen in erster Linie durch Leistung und Verlässlichkeit, nicht ganz so stark durch gelassene Raffinesse in der „dolce vita“.

... aber mit Bröckel-Gefahr

Nun aber kommt die große Krux und einer der Hauptbefunde unseres Reports: **Dieser gefühlte Performanz-Vorteil leidet derzeit am Wörtchen „noch“.** Bereits in unseren qualitativen Forschungsgesprächen, auch schon der letzten Jahre, hörten wir von der Sorge, dass Deutschland seine relativen Stärken einbüße und von anderen zunehmend in den Schatten gestellt werde. Unsere Gesprächspartner nannten in letzter Zeit u. a. bedrohte (ökonomische) Leistungskraft und Exzellenz, blockierte politisch-administrative Entscheidungswege und besserungsbedürftige Infrastrukturen; auch teils angegriffene (körperliche und soziale) Sicherheitsgefühle wurden genannt. Man fürchtet schlicht, dass die Dinge immer weniger „funktionieren“. Wer bis hierhin gelesen hat, ahnt: Das geht an den Kern vieler deutscher Selbstverständnisse.

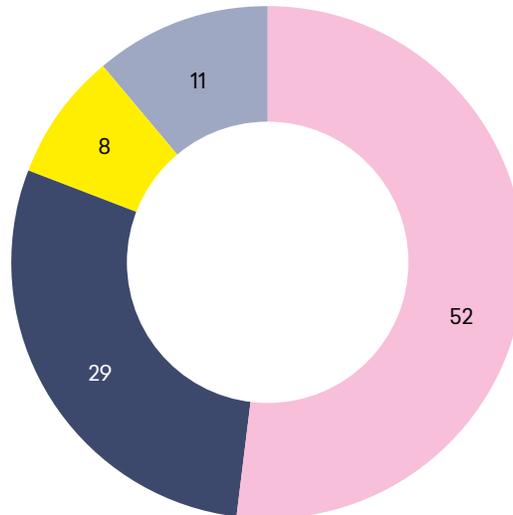
In unserer quantitativen Erhebung waren sogar **52 Prozent der Menschen der Meinung, dass Deutschland derzeit im internationalen Vergleich eher absteige**, während nur acht Prozent an Aufstieg und 29 Prozent an das Halten seiner Position glauben. Mit am stärksten ausgeprägt ist das Abstiegsgefühl übrigens bei den 30- bis 59-Jährigen (59 bis 61 Prozent) – also jenen, die den Kern der arbeitenden Bevölkerung ausmachen; sowie in politischer Hinsicht bei jenen mit AfD-Wahlabsicht (79 Prozent), während v. a. SPD- und Grünen-Elektorate seltener (in 26 bzw. 38 Prozent der Fälle) vom Abstieg des Landes ausgehen.

7 Zur ambivalenten Mischung aus Sehnsucht nach und Abwehr von Fremdem in deutschen Selbstverständnissen vgl. erneut: Identity Foundation (2007): „Deutschland auf der Suche nach sich selbst“. Eine Nation, die eigentlich keine sein kann. Im Werkeln sind die Deutschen Weltmeister. Schriftenreihe der Identity Foundation, Band 9, September 2007.

Mehrheit sieht Deutschland im internationalen Abstieg

- Deutschland steigt derzeit im internationalen Vergleich ab.
- Deutschland steigt derzeit im internationalen Vergleich auf.
- Deutschland hält derzeit im internationalen Vergleich ungefähr seine Position.
- Weiß nicht/Kann ich nicht einschätzen

Angaben in %



Wenn Sie einmal alles in allem darüber nachdenken, wie sich Deutschland derzeit im internationalen Vergleich entwickelt. Welche der folgenden drei Aussagen kommt Ihrer Meinung am nächsten?
Quelle: More in Common (2025)

Dementsprechend können derzeit nur 22 Prozent der Menschen der Aussage zustimmen, dass unser heutiges Deutschland das beste sei, „das es je gab“. Selbst die in der Tendenz zufriedeneren Über-70-Jährigen glauben dies lediglich zu 38 Prozent, bei den 30- bis 39-Jährigen sind es gerade einmal 15 Prozent. Unter den Parteiwählerschaften sind jene von SPD und Grünen mit 37 bzw. 36 Prozent noch am häufigsten zuversichtlich (gegenüber 29, 23 bzw. acht Prozent bei Unions-, Linke- und AfD-Elektorate). Natürlich kann man hier entlastend menschliche Neigungen zu Nostalgie anführen – oder auch die (laut Aussage mancher Befragter) in Deutschland verbreitete Neigung zum „Meckern auf hohem Niveau“. Aber in Zusammenschau mit unseren oft pessimistischen Fokusgruppen-Gesprächen der letzten Jahre **müssen wir festhalten, dass derzeit nur wenige ungetrübt an Modernisierungs- und Fortschrittsversprechen in unserer Gesellschaft glauben.**

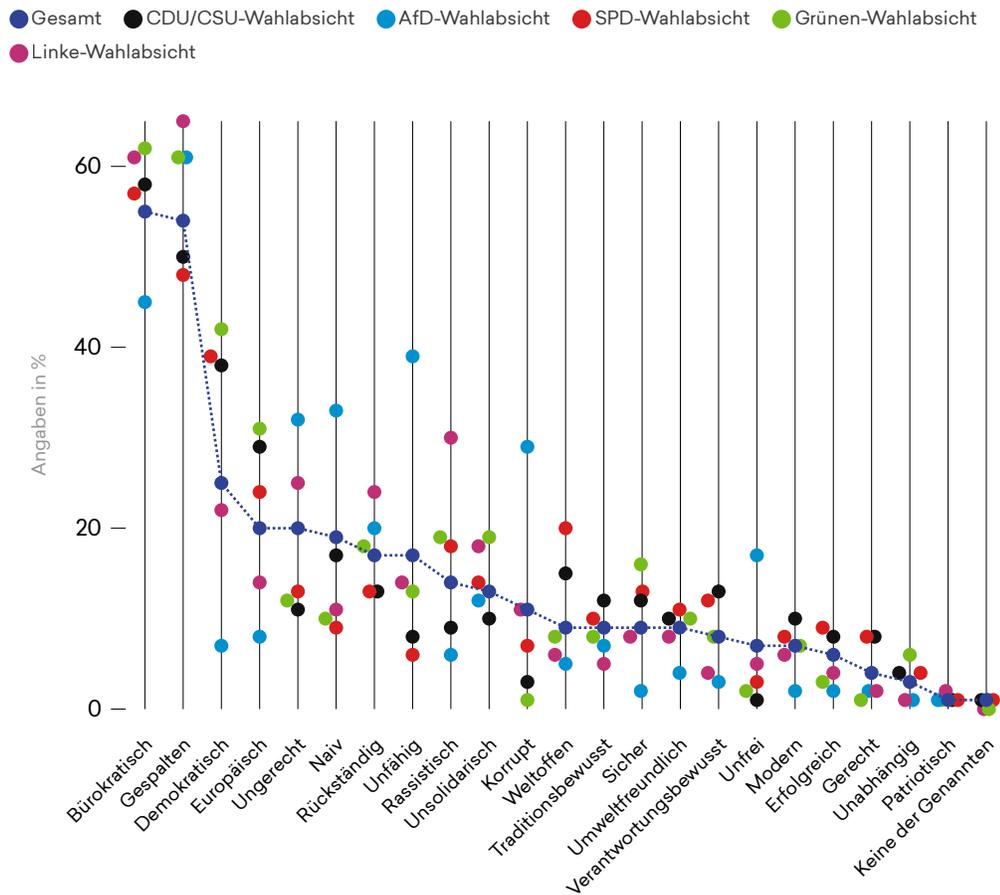
In anderen Worten: Was das Selbstverständnis unserer Nation lange aufwerten konnte, droht gefühlt abzusacken. **Befragt man Menschen dazu, welche Eigenschaftswörter die deutsche Gesellschaft derzeit am ehesten beschreiben, so dominieren Adjektive der Handlungsunfähigkeit:** Ganz oben landen, mit Riesenabstand zu allen weiteren Attributen, die Begriffe „bürokratisch“ und „gespalten“ mit 55 bzw. 54 Prozent. Diese Negativ-Optik beschäftigt unsere Forschung wie gesagt bereits länger: Es fehlt (zu) vielen derzeit der Glaube an die politisch-gesellschaftliche Erneuerungs- und Gestaltungskraft.⁸ Übrigens: Werden im Osten des Landes Negativurteile wie „gespalten“ (plus elf Punkte) oder „ungerecht“ (plus neun Punkte) überdurchschnittlich gefällt, so spricht dies vor allem für die dortige Verdichtung von Problemdiagnosen, die es aber (und hierum geht es) im ganzen Land gibt – im Westen knirscht es eben auch.

8 Vgl. More in Common (2023): Zukunft, Demokratie, Miteinander: Was die deutsche Gesellschaft nach einem Jahr Preiskrise umtreibt.

Diagramm 13

Deutsche Gesellschaft oft als blockiert empfunden

Häufigste derzeitige Attribute sind ...



Denken Sie an die deutsche Gesellschaft, wie sie heute ist. Mit welchen Eigenschaften würden Sie sie beschreiben?
Bitte wählen Sie bis zu vier Eigenschaften aus.
Quelle: More in Common (2025)

Dabei wird nicht nur das gedankliche Bild vieler Menschen von Deutschland als besonders solider Gesellschaft „nach innen“ bedrängt, sondern – wir haben es oben angedeutet – auch seine gefühlte Stellung in der Welt. Wiederholt berichteten uns Menschen in Forschungsgesprächen der letzten Zeit, dass ihrer Meinung nach **Deutschland mittlerweile von anderen „belächelt“ oder gar „ausgelacht“** werde. Das kratzt massiv am Reputationsbedürfnis vieler und löst Unbehagen aus.⁹

Im Zwischenfazit können wir resümieren: Wo sich Menschen (aus guten historischen Gründen) im Gespräch über Deutschland oftmals schwertun, stützen sie sich positiv vor allem auf regionale und kulturelle Reize, die Leistungskraft sowie die soliden Errungenschaften unseres Landes, um Deutschland „pathosfrei“ zu definieren. **Weil Deutschland aber derzeit gefühlt hinter unsere performativen Ansprüche zurückzufallen droht, bekommt unsere Gesellschaft ein gewisses Selbstbildproblem.** Über diese offene Flanke wird noch zu sprechen sein – und zwar im Hinblick auf die Notwendigkeit, wieder spürbarer ins Gestalten und in den Vorwärtsgang zu kommen.

9 Vgl. auch More in Common (2025): Deutschlands Rolle in einer Welt im Wandel: Perspektiven und Bedarfe unserer Gesellschaft.

DEUTSCHLANDBILDER DER MENSCHEN IN IHREN EIGENEN WORTEN:

„Dass man uns dafür bewundert, wie wir im Grunde genommen nach dem Zweiten Weltkrieg wieder eine der weltweiten Wirtschaftsmächte geworden sind. Aber auch die Ingenieurskunst etc., Automobilindustrie und die ganzen Patente, die aus Deutschland kommen.“

„Wirtschaftlich ist in Deutschland immer weniger los. Ich fühle mich kleiner. Ich weiß noch, wie es vor dreißig Jahren war, als man wusste, dass es dieses und jenes gibt und wir dafür zuständig sind. Und hier gibt es eine Firma und da gibt es eine Firma, aber das gibt es alles nicht mehr. Das ist alles weg.“

„Wir haben unsere gewissen Dinge, die wir lieben. Unsere Weinfeste, Weihnachtsmärkte oder Ostern, diverse Rituale oder wie wir unsere Feiertage verleben. Viele kommen extra fürs Oktoberfest oder Weihnachtsmärkte. Das leckere Essen, Trinken und gewisse Dinge.“

„Es ist immer leicht, am Anfang zu meckern oder irgendwas zu sagen, was besser gemacht werden soll. Deswegen kam vielleicht zuerst das Negative, aber eigentlich bin ich sehr froh, hier zu leben, und was wir alles haben. Eigentlich überwiegt das Positive in mir.“

„Für mich ist es die fehlende Weltoffenheit. Desto mehr man sich mit Deutschland identifiziert, desto mehr denkt man, dass man die Krone der Schöpfung ist.“

„Wir Deutschen sind definitiv strukturiert, fleißig, sozial, demokratisch unterwegs. Da gibt es noch andere Aspekte, die man erwähnen kann.“

**Zugehörigkeit
und Wandel:
Wie entwickeln wir
uns gemeinsam?**



Zusätzlich zu ihrer derzeitigen „Substanzsorge“ steht unsere Gesellschaft vor der Tatsache, dass sie sich in den letzten Jahrzehnten gewandelt hat und weiter wandelt. Das betrifft die Zusammensetzung der Bevölkerung, Werte und Lebensmodelle, politische und wirtschaftliche Verhältnisse, unsere technologischen Möglichkeiten – und zudem die Weltlage. All dies kann ein Gemeinwesen genauso voranbringen wie belasten. Im Hinblick auf unsere gemeinsamen Selbstverständnisse ist also eine weitere Kernfrage, wie wir mit Veränderungen umgehen. Gelingt es uns, Bewahrung und Neuerung erfolgreich zu verhandeln?

Rückblick: Die deutsche Gesellschaft be- und verarbeitet mit der Zeit vieles

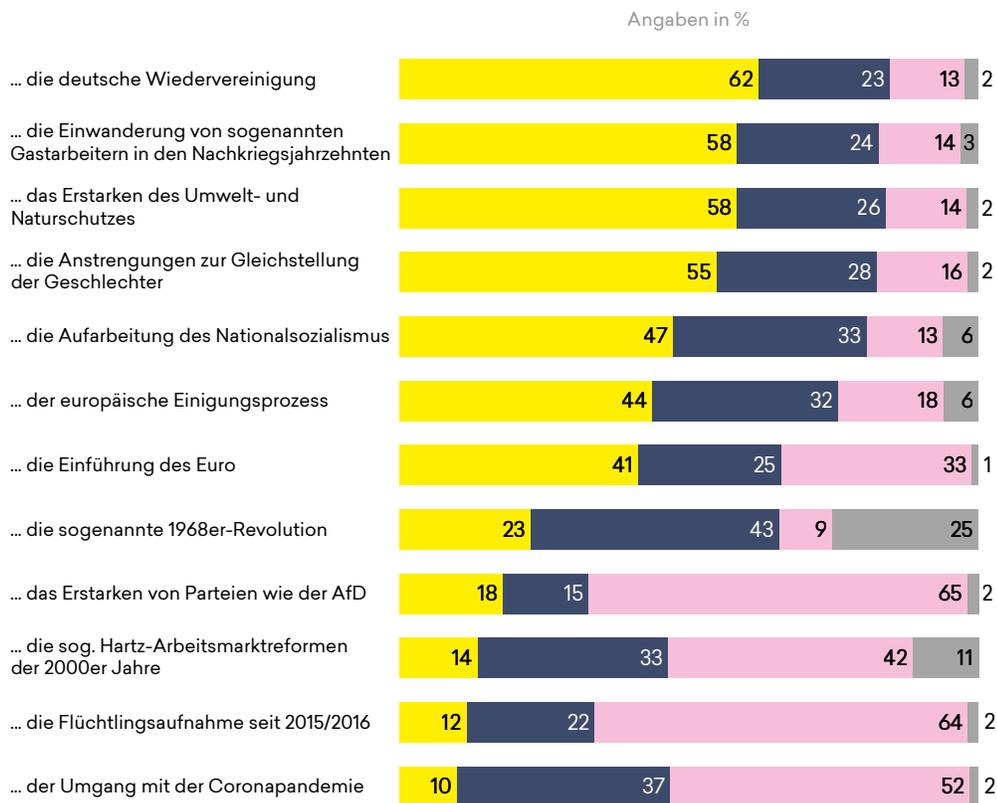
Zur Orientierung kann zunächst ein Blick in den Rückspiegel helfen. Denn der zeigt in unserer Forschung, dass diese Gesellschaft fähig ist, große Umbrüche und neue Trends im Zeitverlauf zu be- und verarbeiten. Wir haben Menschen gefragt, ob bestimmte Entwicklungen bisheriger Jahrzehnte unser Land zu einem besseren oder schlechteren Ort gemacht hätten. Ein Hauptbefund daraus: **Viele weiter zurückliegende oder früh begonnene Veränderungen treffen heute in der Bevölkerung auf Zuspruch.** So finden relative oder absolute Mehrheiten, dass z. B. die Wiedervereinigung (62 Prozent), die Einwanderung der sogenannten „Gastarbeiter“ und der erstarkte Umwelt- und Naturschutz (jeweils 58 Prozent), die Anstrengungen zur Geschlechtergleichstellung (55 Prozent), die NS-Aufarbeitung (47 Prozent) sowie die europäische Einigung (44 Prozent) mitsamt Euro-Einführung (41 Prozent) Deutschland eher besser gemacht hätten. Angesichts teils scharfer Auseinandersetzungen in der Vergangenheit sind dies bemerkenswerte Zahlen – wenngleich über die Frage der NS-Aufarbeitung später noch zu reden sein wird. Bei allen verbleibenden Konfliktpotenzialen und Handlungsbedarfen: Unsere Gesellschaft scheint mit der Zeit mit vielen Veränderungen einen weitgehend konstruktiven Umgang finden und sie in ihr Selbstbild einbinden zu können.

In der etwas jüngeren oder jüngsten Zeit gibt es hingegen Entwicklungen, die für viele noch zu bearbeiten sind: Hierzu gehören die Hartz-Reformen der 2000er Jahre („haben Deutschland zu schlechterem Ort gemacht“: 42 Prozent), die Handhabung der Coronapandemie (52 Prozent), die Geflüchtetenaufnahme seit 2015/2016 (64 Prozent), sowie das Erstarken von Parteien wie der AfD (65 Prozent). Mit all diesen Dingen muss unsere Gesellschaft ihren Umgang finden, und hieran wird deutlich, wie wichtig fortdauernde konstruktive Aushandlung und Gestaltung in unserem pluralistischen Gemeinwesen sind. Viele Themen der letzten Jahrzehnte und Jahre sind eben bei vielen nicht „gegessen“: Nicht umsonst kommen z. B. wiederholt Befragte im Forschungsgespräch auf die Brüche der Corona-Zeit zurück. **Diese andauernde Aushandlungsnotwendigkeit sollten demokratische Kräfte ernst nehmen. Vor allem, wenn wir uns vor Augen führen, dass Veränderungen Bevölkerungsteile unterschiedlich treffen können:** Wenn etwa der EU-Einigungsprozess Höhergebildeten und Besserverdienenden über 4.000 Euro Haushaltsnettoeinkommen (plus 14 bzw. neun Punkte) vorteilhafter erscheint als dem Bevölkerungsschnitt oder der gesellschaftliche Umgang mit Corona jenen mit geringem Haushaltsnettoeinkommen (bis 2.000 Euro) negativer (plus sechs Punkte), dann lohnt es, genauer hinzuschauen, wie genau Veränderung bislang gestaltet wurde – vielleicht gab es ja den einen oder anderen blinden Fleck.

Diagramm 14

Umbrüche: Älteres oft ins Selbstverständnis integriert, jüngere Vergangenheit mit Aushandlungsbedarf

● Hat Deutschland (eher) zu einem besseren Ort gemacht
 ● weder noch
● Hat Deutschland (eher) zu einem schlechteren Ort gemacht
 ● weiß nicht/Keine Angabe



Haben die folgenden Entwicklungen Deutschland Ihrer Meinung nach bislang alles in allem zu einem besseren oder schlechteren Ort gemacht? Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt.
 Quelle: More in Common (2025)

Eine Einwanderungsgesellschaft will gestaltet sein

Ein in Sachen Aushandlungsgebot besonders relevantes Themenfeld ist die Einwanderung. Schließlich geht es hierbei um essenzielle Fragen darüber, wie Menschen zusammenleben, ob sie sich anerkennen und aufeinander einlassen wollen, worauf sie sich einigen können. **Scharf geführte öffentliche Debatten rund um das Thema Einwanderung machen es zudem – das hören wir in unserer Forschung immer wieder – vielen Menschen schwer, sich nuanciert und gelassen darüber zu verständigen.** Ein für die deutsche Gesellschaft besonders delikates Thema ist die Frage, wie sich nationale Zugehörigkeit entwickeln kann: Denn obwohl die Bundesrepublik bereits früh ein De-facto-Einwanderungszielland war und Millionen Menschen mit Migrationsgeschichte seit Generationen hier leben, blieb das offizielle Verständnis des Staatsvolks

lange ausschließlich vom Abstammungsprinzip geprägt.¹⁰ Was ist mittlerweile aus dieser Grundspannung geworden? Welche geteilten Selbstverständnisse stehen der deutschen Einwanderungsgesellschaft heute offen?

Wenn wir Menschen hierzu befragen, sehen wir schnell mehrere Aspekte auf der Haben-Seite:

Erstens haben wir bereits die mittlerweile mehrheitlich positive Rezeption der „Gastarbeiter“ festgestellt (58 Prozent finden, sie haben das Land zu einem besseren Ort gemacht). Wenngleich dieses nachträgliche Positivurteil nicht über schwierige Erfahrungen und Ausgrenzung hinwegtäuschen darf, so suggeriert es doch, dass Fragen der Akzeptanz und Zugehörigkeit im Zeitverlauf entwicklungs offen sein können. Übrigens: Befragte mit Einwanderungsgeschichte stehen mit 68 Prozent besonders fest hinter dem Beitrag der „Gastarbeiter“ – **hier bietet sich eine Gelegenheit zur verstärkten öffentlichen Anerkennung dieser Leistung und zum geteilten Stolz auf das Erreichte.**

Zweitens sehen wir in unserer Erhebung (wie bereits an früherer Stelle¹¹), dass die meisten Menschen in Deutschland Zugehörigkeit zu unserer Gesellschaft heutzutage als „erwerbbar“ definieren. Danach gefragt, was jemand erfüllen müsse, um zur deutschen Gesellschaft zu gehören, fordern die allermeisten in erster Linie Dinge ein, die sich im Lebensverlauf erreichen lassen, wie etwa die Achtung deutscher Gesetze (97 Prozent), das Beherrschen der deutschen Sprache (93 Prozent), das Ausüben einer Arbeit in Deutschland (88 Prozent) sowie das Anerkennen von in Deutschland gängigen Werten und Traditionen (87 Prozent). Übrigens: Diese Dinge fordern auch Befragte mit Einwanderungsgeschichte zu zwischen 84 und 96 Prozent ein. In Deutschland geboren zu sein oder deutsche Vorfahren zu haben, machen hingegen nur noch Minderheiten von 29 bzw. 25 Prozent zur Bedingung. Wir haben zur Absicherung sogar nachgebohrt und in der direkten Gegenüberstellung gefragt, ob eigentlich auch jene deutsch werden könnten, die „nicht als Deutsche geboren“ worden seien, oder ob nur die schon so Geborenen „wirklich deutsch“ sein könnten. Und tatsächlich: 72 Prozent erkennen die Erwerbbarkeit des Deutschseins an. Quer über Alters-, Herkunfts-, Einkommens- und Bildungsgruppen sowie in Ost und West können sich Menschen (mit unterschiedlichem Nachdruck) hierauf mehrheitlich einigen. Dies stellt einen bemerkenswerten Kontrast zum tradierten deutschen Staatsvolkverständnis dar (s. oben), um das sich rund um die Jahrtausendwende (und auch in Variationen seither) erbittert politisch gestritten wurde. Die einzige Ausnahme stellen AfD-Wählerinnen und -Wähler mit nur 49 Prozent Zustimmung zur Erwerbbarkeit des Deutschseins da, sie sind in der Frage zerrissen.

10 Vgl. z. B. offizielle Informationen des Auswärtigen Amtes zur Entwicklung des deutschen Staatsbürgerschaftsrechts, abgerufen am 09.10.2025 unter: <https://www.auswaertiges-amt.de/de/staatsangehoerigkeitsrecht/2088844>

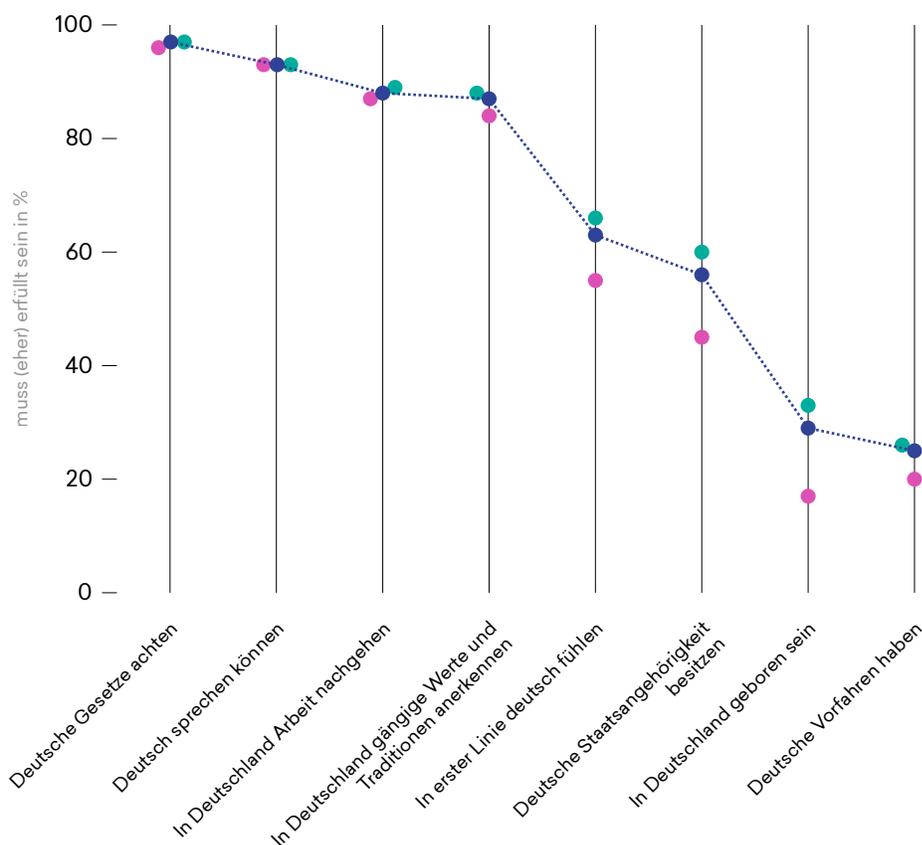
11 Vgl. More in Common (2019): Die andere deutsche Teilung: Zustand und Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft. Sowie: More in Common (2025): Konstruktiv darüber reden: Fünf Fragen für zukunftsfähige Einwanderungsdebatten.

Diagramm 15

Zugehörigkeit zur deutschen Gesellschaft meist als erwerbbar gesehen

Kriterien sind ...

● Gesamt ● Menschen mit Einwanderungsgeschichte ● Menschen ohne Einwanderungsgeschichte



In welchem Maße müssen die folgenden Bedingungen Ihrer Meinung nach erfüllt sein, damit jemand zur deutschen Gesellschaft gehört? Items zu Darstellungszwecken leicht textlich gerafft.
Quelle: More in Common (2025)

Drittens können wir in Fragen der Einwanderungsgesellschaft darauf bauen, dass sich die allermeisten Menschen mit Einwanderungsgeschichte selbst zu Deutschland hin orientieren. Wir hatten es bereits oben (Kapitel 3) erwähnt: Öfter als andere empfinden die von uns befragten Menschen mit Migrationsgeschichte Dankbarkeit gegenüber dem Land, sie fühlen sich mehrheitlich deutsch (64 Prozent) und betrachten Deutschland zumeist als ihre Heimat (72 Prozent). Unsere Gesellschaft, die längst von Einwanderung geprägt ist, hat also viele gemeinsame Grundlagen. Und – das haben unsere Fokusgruppen-Gespräche mit ihnen gezeigt: Menschen mit Einwanderungsgeschichte bringen zusätzliche Hintergründe, Erfahrungen und Zwischentöne in unsere Gesellschaft ein, die gehört zu werden verdienen.

Doch jenseits dieser positiven Potenziale gibt es – wie könnte es angesichts oftmals überscharfer Debatten und Aggressionspotenziale anders sein – auch noch **bedeutende Fragezeichen:**

Zum einen müssen wir über Ausschlusserfahrungen sprechen. In unseren qualitativen Forschungsgesprächen berichteten uns (auch junge) Menschen mit Einwanderungsgeschichte von Anerkennungskämpfen und Diskriminierungserfahrungen.

Immerhin 24 Prozent unserer quantitativ Befragten mit Migrationsgeschichte stimmen der Aussage zu, dass sie zur deutschen Gesellschaft „nicht richtig dazugehören“ würden. Das ist zwar die Minderheit, aber erkennbar mehr als unter Menschen ohne Einwanderungsgeschichte (16 Prozent). Insbesondere muslimische Befragte¹² geben zudem wesentlich häufiger an, dass Menschen wie sie „in Deutschland häufig missachtet“ würden (58 Prozent zu 34 Prozent in der Gesamtbevölkerung).

Zum zweiten sind Vorbehalte und Identitätsängste bezüglich Migration in unserer Gesellschaft vorhanden, sie tauchen in unseren Fokusgruppen immer wieder auf. Eine Mehrheit von 52 Prozent unserer quantitativ Befragten stimmt der Aussage zu, dass wir „das typisch Deutsche gegen Einflüsse von außen verteidigen“ müssten. Und zugleich stimmen lediglich 29 Prozent zu, dass der Islam und die deutsche Gesellschaft „miteinander vereinbar“ seien. Als einzige mehrheitlich sagen dies Grünen- und Linke-Wählerschaften (66 bzw. 60 Prozent) sowie unsere muslimischen Befragten selbst (66 Prozent). Wenn wir noch den bereits erwähnten Befund hinzuziehen, dass eine relative Mehrheit von 41 Prozent die „zunehmende Vielfalt an unterschiedlichen Herkünften und Kulturen in Deutschland“ als Bedrohung für die eigene Lebensweise wahrnimmt (Bereicherung: 32 Prozent), ergibt sich das Bild einer Gesellschaft, die ihre eigene Heterogenität weiter aushandeln muss, um (neue) Gemeinsamkeit zu schaffen. Zu hierfür nützlichen Leitfragen im öffentlichen Gespräch hat More in Common weiterführend gearbeitet.¹³

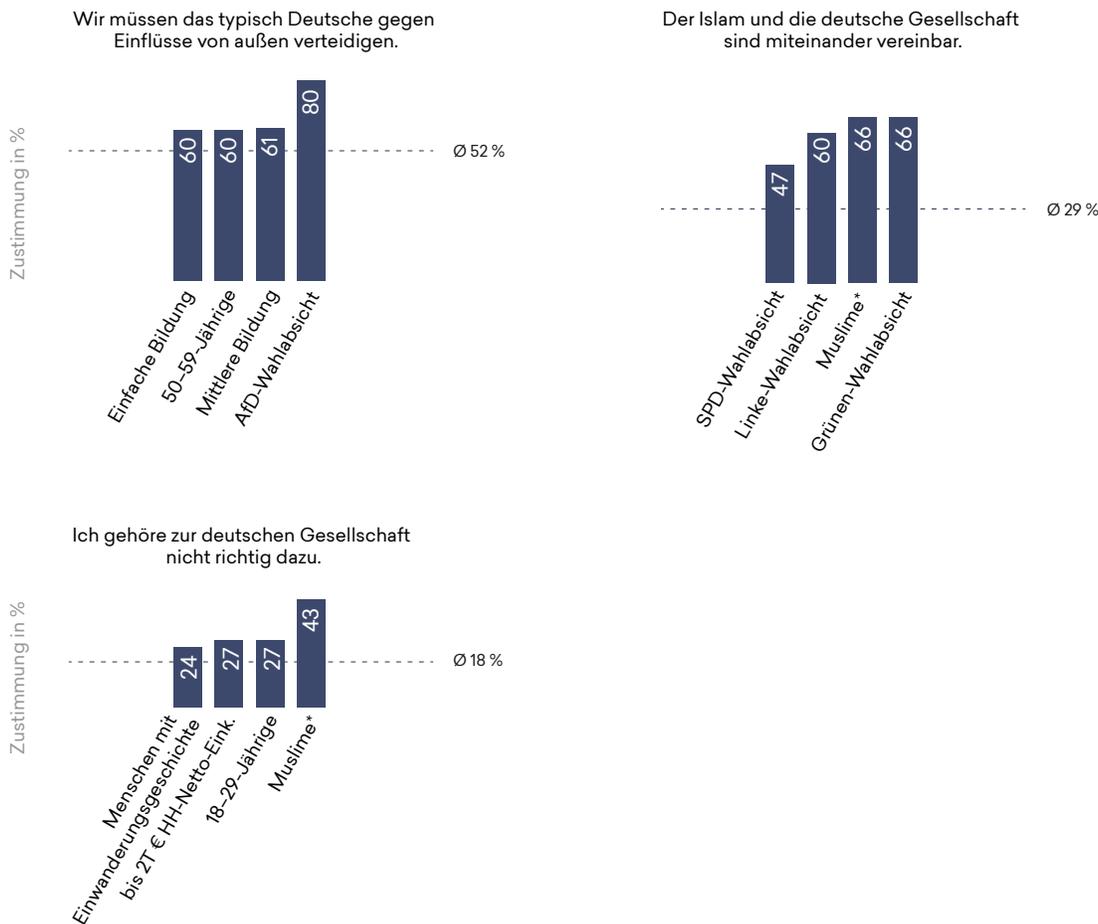
Vielleicht kann unsere Gesellschaft bei der Aushandlung der Einwanderungsgesellschaft etwas von den Erfahrungen der jüngsten befragten Generation der 18- bis 29-Jährigen lernen: Diese ist schließlich selbst divers aufgestellt und erlebt kulturelle Vielfalt für ihre eigene Lebenspraxis auch wesentlich häufiger als Bereicherung denn als Bedrohung (46 zu 27 Prozent).

12 Hinweis: In unserer Befragung haben insgesamt 68 Personen explizit eine muslimische Religionszugehörigkeit angegeben. Wir erachten an dieser Stelle das Ausweisen muslimischer Perspektiven inhaltlich für relevant und bitten zugleich um umsichtige Einordnung angesichts der begrenzten Fallzahl.

13 More in Common (2025): Konstruktiv darüber reden: Fünf Fragen für zukunftsfähige Einwanderungsdebatten.

Spannungspotenziale rund um Zugehörigkeit

Angegeben sind Bevölkerungsgruppen mit besonders hoher Zustimmung



Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

*Hinweis: In unserer Befragung haben insgesamt 68 Personen explizit eine muslimische Religionszugehörigkeit angegeben.

Wir erachten an dieser Stelle das Ausweisen muslimischer Perspektiven inhaltlich für relevant und bitten zugleich um umsichtige Einordnung angesichts der begrenzten Fallzahl.

Quelle: More in Common (2025)

Empfundene Trennlinien sind vielschichtig und überlagern einander

Fragen der Einwanderung sind beileibe nicht die einzigen, die Menschen in unseren Forschungsgesprächen einfallen, wenn es darum geht, wie geeint oder gespalten unsere Gesellschaft derzeit ist. **Als dominant nehmen in unserer generellen Forschung¹⁴ viele Menschen die trennende Wirkung der Arm-Reich-Schere wahr** – und es sollte zu denken geben, wenn 47 Prozent der von uns 2025 befragten Menschen aus geringer verdienenden Haushalten (unter 2.000 Euro HH-Nettoeinkommen) finden, dass Menschen wie sie „in Deutschland häufig missachtet“ würden. Hinzu kommen u. a. gefühlt (!) steigende weltanschaulich-politische Spannungen, eine als schwierig wahrgenommene Gesprächsatmosphäre sowie anhaltende strukturelle Unterschiede

14 Vgl. More in Common (2024): Orientierung gesucht: Wie es unserer Gesellschaft vor den Neuwahlen geht.

und teils Fremdheitsgefühle zwischen Ost und West. Gefühlte Trennlinien können sich im Empfinden der Menschen also durchaus auch sammeln und überlagern. Klar wird in unseren Forschungsgesprächen aber immer wieder: **Die meisten Menschen haben keine Lust auf sich gefühlt immer schneller drehende Spaltungsdynamiken, sie wünschen sich breite Zugehörigkeiten.**

Als Zwischenfazit können wir am Ende dieses Kapitels festhalten: **Die deutsche Gesellschaft hat sich in ihrer jüngeren Geschichte schon oftmals als wandlungsfähig und entwicklungsoffen bewiesen – etwas, das es in Zeiten der Bedrohung durch illiberale Akteure selbstbewusst zu betonen gilt.** Das gilt auch für Zugehörigkeitsfragen, an die die meisten Menschen heutzutage (zumindest im normativen Anspruch) zwar substanzielle, aber eben erwerbbar Anforderungen anlegen. Zugleich sind Ausschluss-, Spaltungs- und Veränderungsängste in unserer Gesellschaft vorhanden. Es bleiben also Baustellen und konstruktive Aushandlungsbedarfe: unter anderem bei der programmatisch runden, verlässlichen und menschengerechten Gestaltung von Einwanderung und bei gleichwertigen Lebensverhältnissen im ganzen Land sowie beim Abbau von Aggression und dem fortwährenden Weiterbau der innergesellschaftlichen Verständigungsbasis.

ZUGEHÖRIGKEIT UND WANDEL AUS SICHT DER MENSCHEN, IN IHREN EIGENEN WORTEN:

„Ich bin der Meinung, dass es schön und gut ist, was für eine Erwartungshaltung Personen, die in unser Land kommen, an Deutschland haben. Aber ich finde genauso gut, was wir für eine Erwartungshaltung an Personen, die zu uns reinkommen, haben.“

„Wahrscheinlich liegt es daran, dass ich zuletzt von der Großstadt in ein 500-Seelen-Dorf gezogen bin, aber ich merke, dass ich als sogenannter Wessi hier nicht anerkannt werde. Und ich fühle mich mittlerweile auch nicht mehr, ich weiß es nicht. Die Trennung in Ost und West ist nach wie vor da. Nach über dreißig Jahren müsste da mal ein Schlussstrich gezogen worden sein.“

„Ich sehe es positiv, wir sind ein gutes Beispiel. Aus total unterschiedlichen politischen Entwicklungen haben wir trotzdem über mehrere Jahrzehnte eine Gemeinsamkeit hergestellt, eine wirtschaftliche Macht. Auch wenn viele sagen ‚Ach, Deutschland‘, völliger Quatsch.“

„Allgemein aus welcher Gesellschaftsschicht man [kommt]. Ich würde sagen, dass das Finanzielle das ganze Leben beeinflusst, also wie man aufgewachsen ist, mit wem man aufgewachsen ist, und alles.“

„Erst war das Feindbild die Türken, dann waren es die Polen, dann waren es die Araber. Man hat später die Türken höhergestellt als die Polen und die Polen höher als die Araber. Jetzt geht man hin und sagt ‚Ihr seid ja integriert, ihr seid ja gar keine Ausländer‘. Aber man sagt trotzdem ‚ihr‘ und grenzt doch nochmal aus. Man muss sagen, dass es ein roter Faden ist, der sich, seitdem ich denken kann, durch Deutschland zieht. So doof es sich jetzt anhört, nicht immer böse gemeint, aber ganz normaler Alltagsrassismus.“

[Zur Frage von Gemeinsamkeiten in Deutschland:] „Der Wunsch zu arbeiten, egal was kommt. Hat man keine Arbeit, muss man so schnell wie möglich wieder Arbeit haben. Die Frage ist, ob man später bereit ist, dafür länger zu arbeiten. Diese Einstellung ‚Ich muss arbeiten. Habe ich keine Arbeit, bin ich verloren.‘“

**Zeit für Zukunfts-
debatten: Wer wollen
wir in Deutschland
sein?**



Wir haben gesehen: In der Frage, was Deutschland für ein Land und eine Gesellschaft sein soll, geht es um einiges. **Viele Menschen haben wiederkehrende mentale Bilder von und Ansprüche an unser Land; an seine Stärken, sein Funktionieren, seine Zukunftsfestigkeit und an seine Bindekräfte. Die Probleme entstehen da, wo man an die Erfüllung dieser Ansprüche nicht mehr recht glauben mag** – auch wenn manche unserer qualitativen Gesprächspartner durchaus meinten, dass Deutsche generell recht schnell ins Meckern kämen. Anhand unserer Forschung der letzten Jahre, die insgesamt einen starken Zukunftspessimismus im Land verriet, finden wir von More in Common: **Es braucht mehr Gespräch über unsere gesellschaftlichen Grundlagen und Ambitionen sowie neues Zutrauen in unsere kollektive Handlungsfähigkeit.**

Das sagen auch viele der von uns befragten Menschen ganz ausdrücklich so. Eine Nahezu-zwei-Drittel-Mehrheit von 65 Prozent stimmt der Aussage zu, dass es eine „verbindliche Debatte“ darüber brauche, „wer wir als deutsche Gesellschaft sein wollen“. Und **ganze 75 Prozent finden, dass wir in Deutschland „ein starkes gemeinsames Verständnis davon“ bräuchten, „wer wir als Land sein wollen“** – während lediglich 20 Prozent der Gegenposition zustimmen, dass es uns in Deutschland reiche, „wenn die Einzelnen wissen, wer sie selbst sein wollen“. Einzuschränken ist aber, dass in unseren Fokusgruppen davor gewarnt wurde, auf der Suche nach kollektiven Selbstbildern individuelle oder gruppenspezifische Daseinsentwürfe zu verdrängen – gerade vor einem starren oder homogenen Identitätsbegriff verwahrten sich viele ausdrücklich. In anderen Worten: **Es geht eher um einen andauernden und nuancierten Prozess der kollektiven Verständigung zu gemeinsamen „Eckpfeilern“, der der pluralistischen Gesellschaft Rechnung trägt.**

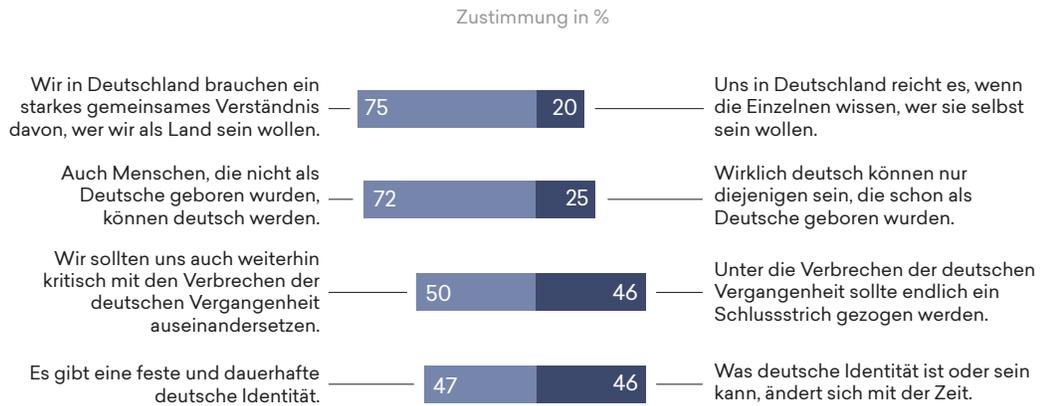
Wie also können wir gut, d. h. gelassen und mit Anerkennung für Unterschiede, über gemeinsame Selbstverständnisse in unserer deutschen Republik ins Gespräch kommen? Auf Grundlage unserer Forschung haben wir ein paar Hinweise und Anregungen zusammengestellt.

Bewahrung und Wandel lassen sich zusammendenken

Zunächst einmal sollten wir bedenken, dass bei aller Verarbeitung von gesellschaftlichem Wandel im Zeitverlauf (s. Kapitel 5) Menschen in Deutschland in der Frage uneins sind, ob es „eine feste und dauerhafte deutsche Identität“ gebe (47 Prozent), oder ob sich mit der Zeit ändere, „was deutsche Identität ist oder sein kann“ (46 Prozent). Dieses Patt ruft nach Gestaltungsvorschlägen, die sich nicht stur für eine Seite entscheiden, sondern beides miteinander verbinden können – indem sie zum Beispiel bisherige Traditionen und Errungenschaften programmatisch mit Modernisierung und Weiterentwicklung koppeln. Wir haben es in anderen Studien schon geschrieben: **Reine Veränderungs- oder „Transformations“-Rhetorik, die normativ vom Wandel als Selbstzweck lebt, begeistert nur Teile der Bevölkerung.¹⁵ Und dasselbe gilt andererseits für etwaige Versuche, einfach die Zeit zurückzudrehen.** Stattdessen sollte es möglichst plastisch und zielorientiert um die Frage gehen, was wir in diesem Land künftig (wieder) besser machen wollen – und was es dafür braucht. Nicht zuletzt für Fragen einer zukunftsgerichteten und für alle Seiten respektvollen Einwanderungsdebatte ist dieses gestalterische Denken ein wesentlicher Schlüssel.

15 Vgl. More in Common (2024): Orientierung gesucht: Wie es unserer Gesellschaft vor den Neuwahlen geht.

Mehrheit für gemeinsames Selbstverständnis, aber Dissenspunkte auf dem Weg dorthin



Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie jeweils eher zu? Zu 100 Prozent fehlende Werte: Weiß nicht.
Quelle: More in Common (2025)

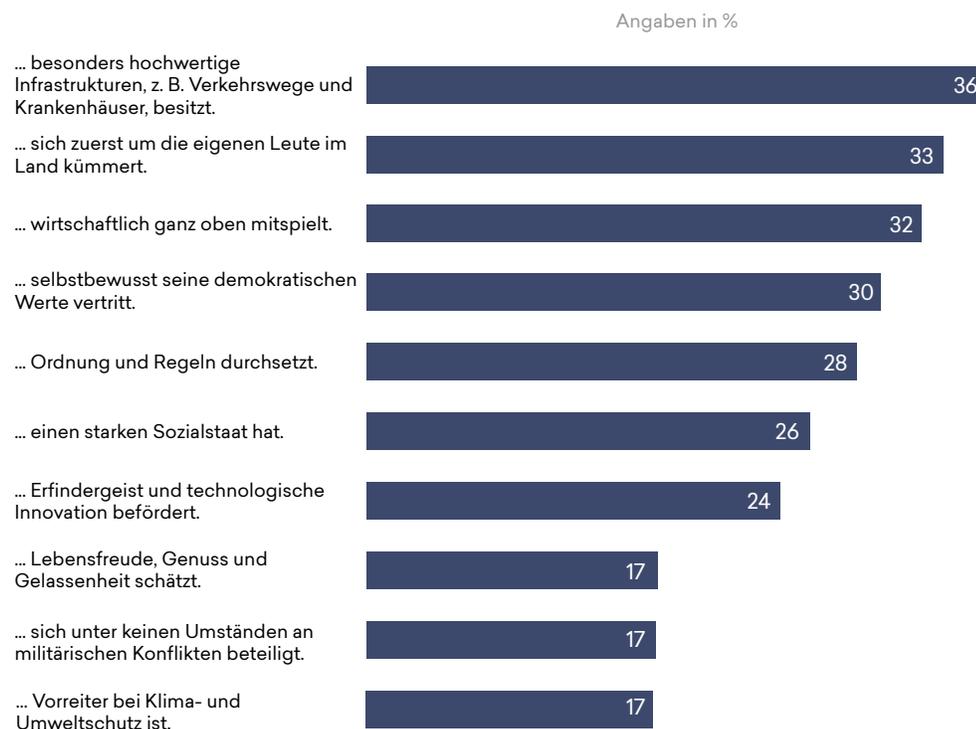
Hohe Ansprüche: Stärken (wieder-)finden

Zweitens – quasi direkt an Punkt eins anschließend – braucht es erneuerte Zuversicht im Hinblick auf die „Substanz“ dieses Landes. Gestalterische Leitfrage sollte eben sein: Worin wollen wir in Deutschland wirklich gut sein? Und wie schaffen wir das auch künftig? **Klar scheint für den Moment, dass der eingeübte deutsche Ruf nach einer Performanz-Nation der soliden „Systeme“ und „Strukturen“ in vielen Köpfen bestehen bleibt. Einer Nation, die Dinge schafft und dabei stabil demokratisch ist.**

All dies wird augenscheinlich, wenn man Menschen danach fragt, wofür Deutschland idealerweise in erster Linie bekannt sein sollte. Dann nämlich liegen hochwertige Infrastrukturen (36 Prozent), wirtschaftliche Exzellenz (32 Prozent), Ordnung und Regeldurchsetzung (28 Prozent) sowie ein starker Sozialstaat (26 Prozent) und Erfindergeist bzw. technologische Innovation (24 Prozent) gemeinsam in der Spitzengruppe – ergänzt um die selbstbewusste Vertretung seiner demokratischen Werte (30 Prozent) und den Wunsch, dass man sich zuerst um die eigenen Leute im Land kümmere (33 Prozent). Letzteres hat zwar gewiss Anteile einer „Abwehr nach außen“, kann aber zugleich auch als Aufforderung an das Gemeinwesen gelesen werden, wieder besser nach innen zu „liefern“. Dafür spricht auch, dass insbesondere mittlere Jahrgänge zwischen 30 und 59 Jahren den Ruf zugunsten der „eigenen Leute zuerst“ (plus fünf bis zehn Punkte zum Durchschnitt) teilen – also just jene, die in der erweiterten „Rush Hour“ des Lebens stehen. **Wie der deutsche Wunsch nach einem leistungsstarken Land in Zeiten sich rasch verändernder Demografien, Technologien und globaler Bedingungen in demokratischer Weise zu bewerkstelligen ist, sollte eines der Hauptgespräche der nächsten Jahre sein.** Das gilt gerade auch im Hinblick auf die Interessen nachrückender Generationen: Die haben zwar in Sachen künftiges Deutschland einen überdurchschnittlichen Sinn für „Lebensfreude, Genuss und Gelassenheit“ (plus sechs bzw. sieben Punkte bei 18- bis 39-Jährigen), aber eben auch starke Performanz-Erwartungen. (So zeigen die Allerjüngsten mit 42 Prozent den allerstärksten Wunsch nach hochwertigen Infrastrukturen.)

Für Zukunft setzt man auf Leistung und Verlässlichkeit

Deutschland sollte als Land bekannt sein, das ...



Wenn Sie es sich wünschen könnten: Wofür sollte Deutschland idealerweise in erster Linie bekannt sein? Bitte wählen Sie bis zu vier der für Sie wichtigsten Dinge aus. Hier sind die zehn am häufigsten genannten Antwortoptionen (von insgesamt 22) aufgeführt.
Quelle: More in Common (2025)

Um es ausdrücklich zu sagen: Bei der Zukunftssicherung geht es um das essenzielle Verständnis vieler von ihrer Bundesrepublik. Wir hatten schon in unserem letzten großen Forschungsreport 2024 geschrieben: **Die Menschen fürchten derzeit um die bundesrepublikanischen Kernstärken – und fordern sie in Form der Trias „demokratisch“, „sicher“ und „gerecht“ umso entschiedener ein.**¹⁶ Diese drei Adjektive liegen auch in unserer neuesten Forschung einmal mehr vorne (mit 57, 55 bzw. 45 Prozent Nennungen), wenn es darum geht, die Eigenschaften der idealen deutschen Gesellschaft der Zukunft zu beschreiben. In dieser gewünschten Verlässlichkeit der Republik liegt für viele eben ihr Reiz, und das gilt es ernst zu nehmen.

Deutsche Vergangenheit: Verantwortung als Schlüsselbegriff?

Drittens brauchen wir ein Gespräch darüber, wie wir 80 Jahre nach Kriegsende zukunftsfest mit unserer NS-Vergangenheit umgehen. Spannungen rund um das Thema sind spürbar. In unserer Erhebung fanden 46 Prozent, „unter die Verbrechen der deutschen Vergangenheit sollte endlich ein Schlussstrich gezogen werden“, während sich 50 Prozent für die weitere kritische Auseinandersetzung mit jenen Verbrechen aussprachen. Dabei plädierten in Altershinsicht ausgerechnet 18- bis 29-Jährige am

¹⁶ Vgl. More in Common (2024): Orientierung gesucht: Wie es unserer Gesellschaft vor den Neuwahlen geht.

häufigsten für weitere Beschäftigung (13 Punkte überdurchschnittlich), flankiert von Höhergebildeten (plus elf Punkte) sowie Grünen-, Linke- und SPD-Wählerschaften (plus 27, 22 bzw. 13 Punkte). In unseren Fokusgruppengesprächen zeigte sich, dass Befragte teils an der für sie gefühlten Verknüpfung von historischer und persönlich-gegenwärtiger Schuld nagten und der weiteren Aufarbeitung aus dieser Perspektive begegneten. In diesem Sinne **können Gesprächsimpulse hilfreich sein, die primär auf die bürgerschaftliche Verantwortung zur Erinnerung abstellen und so etwaige (für Geschichtsrevisionisten als Einfallswinkel allzu opportune) Assoziationen mit persönlicher Anklage offensiv auflösen.**

Zum zukunftssträchtigen Umgang mit unserer Vergangenheit gehört ebenso ein engagiertes Gespräch über unsere Rolle in der Welt. So treibt viele in diesem Land um, dass auf unserem Kontinent Krieg herrscht und die Weltlage insgesamt instabil erscheint; und zugleich tun sie sich angesichts unserer Geschichte im 20. Jahrhundert schwer, unseren Platz darin zu finden. **Viele, so zeigt es unsere diesbezügliche Themen-Forschung, wünschen sich Deutschland als internationalen Vermittler und Brückenbauer, der auch selbstbewusst für sich, seine Werte und seine Interessen eintreten kann.**¹⁷ Auf dem Weg begleiten uns unbequeme Fragen der Verteidigungs- und Bündnispolitik und der internationalen Diplomatie bzw. Zusammenarbeit, die sich nicht von selbst und nicht durch Ausblenden, sondern nur durch einen nuancenreichen gesellschaftlichen Dialog rund um unsere Selbstverständnisse aushandeln lassen.

Zukunftsgespräche: Perspektivenreich bitte!

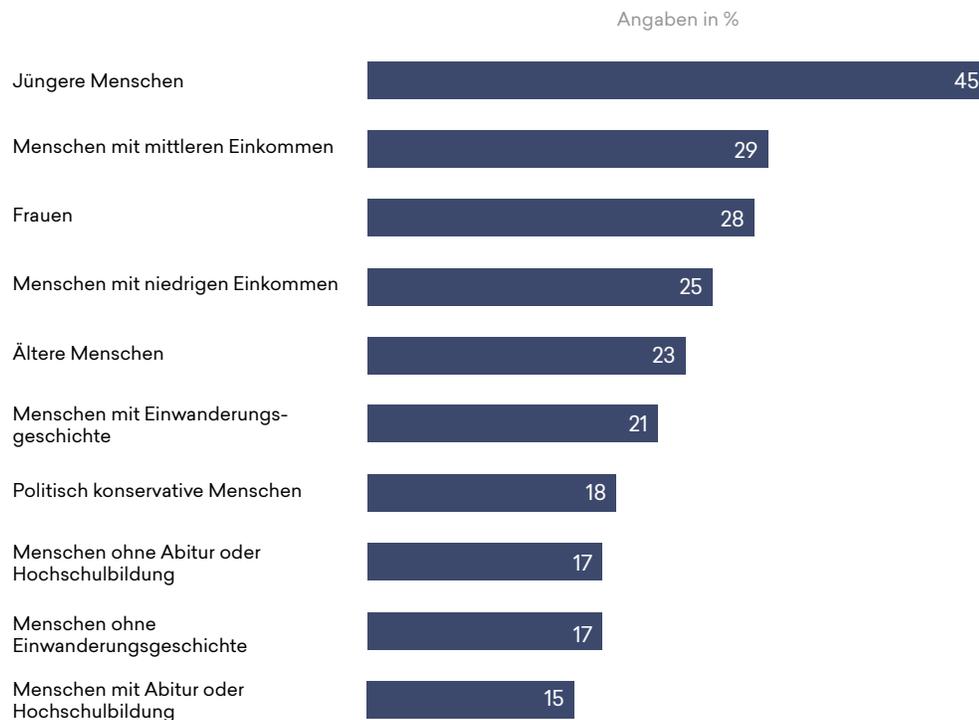
Viertens geht es um die Frage, wie wir das Zukunftsgespräch in einer Weise gestalten, die unserer pluralen (und vielfältiger werdenden) Gesellschaft gerecht wird. **Viele Menschen in unserer Befragung finden, dass wir in der öffentlichen Debatte über unser gesellschaftliches Selbstverständnis vor allem jenen Stimmen mehr Raum geben sollten, die entweder am langfristigen von unseren heutigen Entscheidungen betroffen sein werden, oder teils noch um volle Anerkennung und Sichtbarkeit mit ihren Belangen ringen:** Ganz vorne – und zwar mit großem Abstand – landen jüngere Menschen (45 Prozent), gefolgt von Menschen mit mittleren oder niedrigen Einkommen (29 bzw. 25 Prozent), Frauen (28 Prozent), Älteren (23 Prozent) sowie Menschen mit Einwanderungsgeschichte (21 Prozent). Zudem haben die meisten Gruppen in der Gesellschaft auch stark das Gefühl, dass sie jeweils selbst mehr vorkommen sollten: So liegen im Osten die Ostdeutschen mit 39 Prozent auf Rang zwei der Liste; und viele andere soziodemografische und weltanschauliche Gruppen plädieren jeweils vermehrt für ihre eigene Repräsentanz. Daran sehen wir im Einklang mit unserer bisherigen Forschung: Das Gefühl, dass „Leute wie man selbst“ in politisch-gesellschaftlichen Debatten ordentlich vertreten sind, wird nachgefragt – und ist derzeit nicht sehr stark ausgeprägt.¹⁸ **Es sollte darum gehen, Bevölkerungsperspektiven systematischer abzubilden – und in der öffentlichen Arena nicht nur über, sondern mit Menschen zu sprechen, die sich für ihre jeweiligen Bevölkerungsgruppen äußern können.** Zugehörigkeit im Gemeinwesen ist (wie in Kapitel 5 besprochen) ein dickes Brett der permanenten Aushandlung.

17 Vgl. More in Common (2025): Deutschlands Rolle in einer Welt im Wandel: Perspektiven und Bedarfe unserer Gesellschaft.

18 Vgl. More in Common (2024): Orientierung gesucht: Wie es unserer Gesellschaft vor den Neuwahlen geht.

Diagramm 19

Mehr Mitsprache im Gespräch über Deutschland brauchen ...



Welche Personen brauchen Ihrer Meinung nach mehr Mitsprache und Präsenz in der öffentlichen Debatte darüber, was für eine Gesellschaft wir in Deutschland sein wollen? Bitte wählen Sie bis zu vier Gruppen aus. Hier sind die zehn am häufigsten genannten Gruppen (von insgesamt 17 Antwortoptionen) aufgeführt.

Quelle: More in Common (2025)

DEBATTEN- UND ZUKUNFTSBEDARFE DER MENSCHEN ZUM DEUTSCHEN SELBSTVERSTÄNDNIS IN IHREN EIGENEN WORTEN:

„Es braucht viele Sachen. Abbau der Bürokratie an Eins, dann Investitionen in Infrastruktur, dann tatsächlich ins Bildungssystem, ins Sicherheitswesen, Gesundheitssystem. Das sind so Kernpfeiler und darauf beruht im Grunde genommen das Ganze.“

„Ich glaube, dass das eines der größten Probleme ist, dass wir im Grunde genommen mit der eigenen Nation oder mit dem, was wir sind oder wie wir sein wollen, nicht wirklich umgehen können. Es ist oft mit Scham behaftet, aber ich glaube, dass grundsätzlich die Diskussion darüber fehlt.“

„Es sollte darum gehen, dass Menschen äußern können, wo die Problematiken liegen, und dass die Politik alles daransetzt, diese Problematiken abzufachen. Das sind multiple Themen: Das sind Krankheiten, die im Augenblick nicht behandelt werden. Es geht darum, dass die Politik nicht zuhört.“

„Ich finde, dass nicht wirklich eine allgemein deutsche Identität erschaffen werden kann. Ich kann mir das einfach nicht vorstellen, wie man das definieren soll. Deshalb kann ich mir das nicht vorstellen. Es gibt nicht wirklich eine deutsche Identität für alle, weil jeder verschieden ist, und das ist auch okay so.“

„Ich finde den Punkt ganz gut, würde aber sagen, dass es nicht die deutsche Identität ist. Für mich hört sich das sehr amerikanisch an im Sinne von ‚Wir sind das Land der Freien‘. Ich finde, dass Deutschland eine Debatte darüber führen muss, wo wir hinwollen und was wir eigentlich wollen.“

„Ich persönlich finde, dass die Aufarbeitung viel zu wenig da ist. Ich finde, da könnte noch viel mehr reingesteckt werden. Ich weiß die genaue Zahl nicht, aber hier in [der Stadt] haben wir super viele Bunker. (...) Einfach einen Hinweis darauf zu geben, dass diese Bunker zum Beispiel von Zwangsarbeitern errichtet wurden. Da fängt es meiner Meinung nach an.“

„Ich war gerade so ruhig, weil ich es unschön fand, wie viele Ausgrenzungen hier gerade geschaffen wurden, die ich gar nicht geteilt habe. Das ist ein Spiegelbild unserer Gesellschaft. Das sind wir, da darf jeder daran teilhaben und sollte nicht ausgeschlossen werden. Aber gerade deswegen brauchen wir eine Identität, die geschaffen wird, die uns als Deutsche wiedergibt.“

Fazit und Empfehlungen: Was gesellschaftliche Akteure tun können

Gespräche über Deutschland sind (aus guten Gründen) manchmal keine leichten. In unserer Forschung haben wir teils Verhaltenheit erlebt, wenn es für Menschen darum ging, sich zu ihrem Land zu positionieren. Und doch pflegen die allermeisten von uns – bei aller privaten Selbstdefinition im Kleinen – ein inneres Verhältnis zu unserem Nationalstaat: Seine Themen gehen die Menschen an, ihre Gefühle zum Land zeugen häufig von Verbundenheit. In vielen Köpfen existieren Bilder von Deutschland als einem Ort, der (häufig auch regional geprägte) Schönheit mit dem Anspruch eines besonders soliden, leistungsstarken, stabil demokratischen Gemeinwesens verbindet. Die meisten in Deutschland haben (anders vielleicht als manche Franzosen oder US-Amerikanerinnen) zwar kein mentales Bild ihres Landes als „Leuchtturm-Projekt“ in der Welt; aber sie erwarten, dass Deutschland die Dinge, die es gut kann, auch besonders gut macht und hierüber international Geltung erlangen kann. Hieran wachsen leider zurzeit die Zweifel und illiberale Akteure nutzen dies aus, um Misstrauen und Spaltung anzutreiben und ihre eigenen ausschließenden Geschichten von Deutschland zu befördern.

Es ist verständlich, wenn demokratische Akteure in Deutschland teils davor zurückschrecken, über deutsche Selbstverständnisse zu sprechen: Sie wissen um die Untiefen und Fallstricke des Themas – und um die Gefahr allzu starrer „Identitätskorsetts“, die pluralistischen Gesellschaften die Luft zum Atmen nehmen. Zugleich kann die Lösung aber auch nicht sein, das Spielfeld von Identifikation und (ja) Stolz auf unser Gemeinwesen den illiberalen Kräften zu überlassen. Ein Land, das sich wandelt, braucht gerade von demokratischer Seite Sinn- und Orientierungsangebote. Dabei können wir übrigens an eine in unseren Forschungsgesprächen genannte Eigenschaft Deutschlands anknüpfen: Unser Land sei ein „Stehaufmännchen“, das aus Krisen zurückkommen kann.

Es geht also darum, glaubhafte Geschichten eines Landes zu erzählen, das Verantwortung für seine Vergangenheit übernimmt, das zugleich selbstbewusst auf das blicken kann, was seine Menschen einbringen und miteinander leben und leisten – und das in der Lage ist, sich auch unter schwierigen Bedingungen nach vorne zu entwickeln. **Es geht um Selbstvergewisserung, es geht um Ambitionen, und es geht um ein breiteres Wir.**

Für **politische Akteure** bedeutet dies, im Dialog mit Menschen glaubhaft über Deutschlands Zukunft als starkes Land zu sprechen, Problembefunde aufzugreifen und im Anschluss mutige Zielbilder zu wagen, anstatt sich in technokratischer Rhetorik oder kurzfristig-taktischen Scharmützeln zu verlieren. Und das Ganze ordentlich programmatisch zu fundieren und in sich ergänzende Handlungsvorschläge zu überführen, denn es gibt viele Themen zu beackern. Die Überwindung empfundener administrativer Trägheit, die Modernisierung unserer Infrastrukturen, die Schaffung von Leistungsgerechtigkeit und Sicherheit für Millionen „Alltagsheldinnen und -helden“, das fortwährende gestalterische Zusammenbringen und Verbinden von Menschen mit und ohne Einwanderungsgeschichte: All dies sind nur einige der Dinge, die uns Menschen in Gesprächen zum Zustand unserer Gesellschaft zurufen. In diesen Fragen geht es um den Stolz auf und das Zutrauen in unser Land, und so darf man darüber auch sprechen: Es gilt, ambitioniert über Deutschlands Potenziale nachzudenken – und die gefundenen Antworten können und sollen sich nach politischer Couleur unterscheiden. Das tut auch demokratisch not: Illiberale Akteure profitieren derzeit von der politischen Orientierungslosigkeit vieler (auch jüngerer) Menschen.¹⁹ Die besten Chancen im Kampf um die Demokratie haben jene, die unsere politische Kultur mit Leben füllen und die überzeugenderen Zukunfts- und Vertrauensangebote machen.

19 Vgl. zuletzt More in Common (2024): Orientierung gesucht: Wie es unserer Gesellschaft vor den Neuwahlen geht.

Zivilgesellschaftliche Akteure sind angesichts ihres vergleichsweise großen Ansehens als Verantwortungsakteure²⁰ besser als andere dafür aufgestellt, sich als Verbündete von Menschen zu positionieren und dafür einzutreten, dass deren Anliegen und Bedarfe (z. B. nach Anerkennung und Gemeinsamkeit) gesehen werden. Hiermit spielen sie eine wesentliche Rolle in der konkreten Ausgestaltung gesellschaftlicher Selbstbilder – von der Holocaust-Erinnerungskultur über das Sportfest mit Begegnung und fairem Wettkampf bis hin zur Kampagne für „Alltagsheldinnen“. Einzelne Zivilgesellschaftsakteure vertreten häufig (und zu Recht) partikuläre Belange – gemeinsam aber sind sie „Gesellschaftsbauer“, darüber sollten sie reden und darauf dürfen sie und alle in Deutschland stolz sein. Das gilt erst recht, wo Zivilgesellschaft von illiberalen Kräften angegangen wird: Dann gilt es aufzuzeigen, wer wirklich auf Seiten unserer Gesellschaft steht – und zwar in der langen Kette von der einzelnen Engagierten bis hin zur Verbandsarbeit. Nicht umsonst nennen viele unserer Befragten immer wieder das Ehrenamt und den Einsatz von Menschen, wenn es um deutsche Stärken geht. Hieran programmatisch und kommunikativ anzuknüpfen, um zu zeigen, dass diese Bevölkerung mehr kann, als sich nur spalten zu lassen, ist die große Aufgabe der Zivilgesellschaft. Überraschen kann sie nicht zuletzt da, wo sie „unerwartete“ Handlungs-Allianzen von Akteuren und Bevölkerungsgruppen zustande bringt, die man so zusammen nicht auf der Rechnung hatte.

Für mediale Akteure bedeutet es, ihre zentrale Rolle in der Gestaltung republikanischer Debatten verantwortungsbewusst zu nutzen. Sie können mit ihrer Berichterstattung unterschiedliche Perspektiven aufzeigen und verdichten – insbesondere auch jene, die man sonst seltener hört. Sie sind Wächter der Gesprächskultur, indem sie entscheidend über deren „Temperatur“ mitentscheiden und so ein Mindestmaß an demokratischer Verbundenheit wahren. Es ist somit auch ihre Verantwortung, für Konstruktivität und Nuance bei der kritischen Betrachtung von Zukunftsvorschlägen zu sorgen. Die meisten Menschen haben keine Lust auf die forcierte Aufheizung von Debatten; sie wünschen sich Ruhe, Sachlichkeit und ein Ohr für Zwischentöne. Denn die meisten Themen (egal ob Sozialpolitik, Energie-Infrastruktur oder kulturelle Streitfragen) kennen nicht nur „dafür“ und „dagegen“, sondern leben vom „wie genau“ und von der respektvollen Abwägung unterschiedlicher Werte und Belange. Genau diesen Mut zur Nuance braucht es für mediale Initiativen zur Frage, wie wir eigentlich Zugehörigkeit und Selbstverständnis in unserem Gemeinwesen definieren. Medien können diese Fragen manchmal noch direkter, unverblümter, explorierender stellen als andere. Viele Menschen in unserer Forschung sehnen sich zudem nicht nur nach Negativ-Schlagzeilen, sondern auch nach Erfolgsgeschichten, die richtungsweisend für unser Land sein können. Auch sie haben, sofern glaubhaft und fundiert, Nachrichtenwert.

Für wirtschaftliche Akteure ist es richtig und wichtig, zu sehen, welche zentrale Rolle sie mit ihren Marken, Produkten und Arbeitsplätzen für das Selbstverständnis vieler Menschen in Deutschland spielen. „Made in Germany“ ist eine der Kernidentifikationen für dieses Land. Viele hierzulande wollen stolz sein auf eine Verantwortungs- und Innovationswirtschaft; das klassische Beispiel ist der Begriff vom „deutschen Mittelstand“ als einer Größe, auf die man sich verlassen und die strahlen kann in der Welt. Mit ihren strategischen Entscheidungen (etwa ihrem Bekenntnis zum Standort und ihren Investitionen in deutsche Fertigkeiten und jüngere Generationen) und ihrem Umgang mit ihren Belegschaften können Unternehmen entscheidend am Selbstbewusstsein der deutschen Gesellschaft mitwirken. Dabei geht es u. a. darum, Sichtbarkeit für die Arbeitsleistungen von Menschen zu schaffen und Zugehörigkeit zu stärken. Zudem können Unternehmen als Alltags- und Begegnungsort für unsere vielfältiger gewordene Bevölkerung fungieren: Schließlich ist der eigene Arbeitsplatz ein großer Bestandteil im Leben vieler, an dem sie sich auf andere einlassen, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Dabei kann der Wirtschaft auch eine besondere Rolle darin zukommen,

20 Vgl. More in Common (2024): Orientierung gesucht: Wie es unserer Gesellschaft vor den Neuwahlen geht.

Konflikte innerhalb der Gesellschaft anhand ihrer internen Betriebsdynamiken zu erkennen und anzusprechen. Diese Verantwortung gilt in Zeiten, in denen Illiberale und Extreme auf dem Vormarsch sind, umso mehr. Unternehmen sind, im Zusammenspiel mit den Arbeitnehmervertretungen, maßgebliche Akteure für die tagtägliche Ausgestaltung bundesrepublikanischer Realitäten und Ambitionen.

Für uns Bürgerinnen und Bürger gilt es, Deutschland nicht gedanklich „denen da oben“ als Verantwortung zuzuschieben, sondern uns als anteilige Eigentümerinnen und Eigentümer unserer Errungenschaften zu betrachten: unserer soliden Schaffenskraft und unseres Einsatzes, unserer bürgerschaftlichen Kultur, unserer schönen Regionen und unseres kulturellen Erbes, das wir pflegen, mit anderen teilen und auch weiterentwickeln können. Wir sollten uns zudem beim Blick auf andere vor Augen halten, dass „dazugehören wollen“ ein geteiltes menschliches Bedürfnis ist – und vor allem verstehen, dass sich die jeweils anderen manchmal genauso unverstanden fühlen wie wir selbst. Manchmal können sie uns auch überraschen. Letzten Endes – und das sagten auch viele in unseren Fokusgruppen – lebt unser Land von den Qualitäten und dem Teamgeist (schon im Kleinen) seiner Menschen. Und all dies dürfen wir ruhig öfter feiern. Dazu gehört auch die Verantwortung, gemeinsam weiterhin aus der Geschichte zu lernen und selbstbewusst dafür einzutreten, dass sich Grauen niemals wiederholt.

Wer wir als Republik – unter Wertschätzung aller individueller Selbstverständnisse – sein wollen und worin wir gut sein wollen, ist eine fundamentale Frage unseres pluralistischen und modernen Landes. Umso mehr überzeugende Antworten wir darauf finden, umso besser.



**More in
Common**