



Presse-Information

Deutsche begrüßen neuen Patriotismus durch die WM

Hamburg/Mölln, 30. Juni 2006. Patriotische Gefühle in Deutschland? Zwei Drittel (68%) der Deutschen nehmen zur Zeit einen deutlichen Anstieg von Patriotismus wahr und begrüßen diese Entwicklung mehrheitlich. Die überwältigende Mehrheit der Deutschen (80%) ist zudem davon überzeugt, dass sich das Bild Deutschlands im Ausland durch die Fußballweltmeisterschaft verbessern wird. Obwohl ein knappes Viertel (24%) an positive Auswirkungen der WM auf die deutsche Wirtschaft glaubt, ist die Mehrheit (53%) von einem nachhaltigen wirtschaftlichen Anstieg als Folge nicht überzeugt. Auch von einer nachhaltigen Verbesserung des täglichen Lebens der Menschen durch die WM sind nur die wenigsten (18%) überzeugt. Ein Viertel der Deutschen (25%) ist der Ansicht, dass sich die Einstellung zu Immigranten in Deutschland durch das Erlebnis der WM mit vielen internationalen Besuchern verbessern wird – so ermittelte das Marktforschungsinstitut Ipsos in Kooperation mit der Financial Times Deutschland in einer repräsentativen Telefonbefragung von 1000 Personen ab 14 Jahren.

Durch die Weltmeisterschaft in Deutschland und den unbefangenen Umgang mit der deutschen Flagge allerorts ist die Diskussion um den Patriotismus der Deutschen erneut entbrannt. Die große Mehrheit der Befragten (68%) nimmt eine deutliche Veränderung des Nationalbewusstseins durch die WM wahr. Lediglich 31 Prozent sehen hier keine Veränderung. Dabei glauben Männer eher an einen starken Einfluss der Fußballweltmeisterschaft als Frauen. Jüngere Leute nehmen eine Steigerung des Nationalbewusstseins stärker wahr als ältere. So sagen 80 Prozent der 22-34jährigen, dass sich der Patriotismus in Deutschland verstärkt hat, während es bei den über 55jährigen nur 59 Prozent sind. Die Einstellung der Deutschen zu dieser Entwicklung ist durchweg positiv. Die überwältigende Mehrheit derjenigen, die einen verstärkten Nationalstolz in Deutschland wahrnimmt, begrüßt diese Entwicklung auch (89%).

Die allgemeine WM-Euphorie, die sich mittlerweile in Deutschland breit macht, überträgt sich nach Ansicht der meisten Deutschen sogar auf das Ausland: Eine große Mehrheit von 80 Prozent der Deutschen stimmt der Aussage zu, dass sich das Bild Deutschlands im Ausland durch die während der Fußballweltmeisterschaft gewonnen Eindrücke nachhaltig verbessern wird. Diese Überzeugung scheint nicht unwesentlich von dem Erfolg der deutschen Nationalmannschaft beeinflusst zu sein. Vor dem Achtelfinale mit deutscher Beteiligung stimmten schon 77 Prozent der Befragten der Aussage zu, dass Deutschlandbild im Ausland werde sich durch die WM verbessern. Nach dem Sieg über Schweden stieg dieser Anteil sogar noch auf 82 Prozent an.

Die positive Einstellung zum neuen Deutschlandbild im Ausland greift nicht, wenn es um das Image von Einwanderern in Deutschland geht. Immerhin ein Viertel der Befragten ist zwar der Ansicht, dass sich die Einstellung der Deutschen zu Einwanderern durch die große Anzahl der ausländischen Besucher zur WM positiv entwickeln wird. Allerdings glaubt eine



Presse-Information

Dreiviertelmehrheit (73%) nicht an eine Veränderung des Bildes von Einwanderern. Aber auch hier sind erneut Männer und jüngere Leute eher von den positiven Auswirkungen der Fußballweltmeisterschaft überzeugt. 30% der Männer und ein gutes Drittel (34%) der 14-21jährigen ist der Ansicht, dass sich die Haltung zu Immigranten positiv beeinflusst wird.

Trotz der durchweg positiven Bewertung der Fußballweltmeisterschaft sehen die meisten Befragten aber auch die Grenzen der Auswirkungen, die dieses Sportereignis haben kann. Die Mehrheit ist nicht davon überzeugt, dass von der Weltmeisterschaft der entscheidende Impuls für die Verbesserung der wirtschaftlichen Situation Deutschlands ausgehen wird. Zwar stimmt immer noch ein knappes Viertel der Befragten (24%) der Aussage zu, es werde durch den Einfluss der WM mit der deutschen Wirtschaft nachhaltig bergauf gehen, aber die Mehrheit (53%) misst dem Fußballturnier diese Bedeutung nicht bei.

Positiv zu bemerken ist trotzdem, dass jüngere Befragte eher an die von der Weltmeisterschaft ausgehenden Impulse glauben. Knapp vier von zehn der 14-21jährigen (39%) sind von den positiven Einflüssen der WM auf die Wirtschaft überzeugt. Dagegen sind es bei den 35-54jährigen nur 21 Prozent. Auch hier betonen Männer (28%) den positiven Einfluss der Fußballweltmeisterschaft etwas stärker als Frauen (21%). Auch sind Westdeutsche eher bereit, an die positiven Auswirkungen der WM zu glauben als ostdeutsche Befragte. Während 26% der Westdeutschen die positiven Impulse hervorheben, ist es im Osten nur ein Fünftel (20%).

Wenig überzeugt sind die Deutschen von den Effekten, die die WM langfristig auf das Leben der Menschen in Deutschland haben wird. Weniger als ein Fünftel der Befragten (18%) stimmt der Aussage zu, dass es den Menschen in Deutschland aufgrund der Fußballweltmeisterschaft nachhaltig besser gehen wird, unter den 14-21-Jährigen sind es allerdings 30 Prozent. Mehr als die Hälfte der Befragten (57%) teilt diesen positiven Ausblick jedoch nicht.

Fazit

Obwohl die positiven Auswirkungen der Weltmeisterschaft besonders im Hinblick auf das Deutschlandbild von der überwältigenden Mehrheit wahrgenommen werden, sehen die Deutschen dieses Sportereignis nicht als fundamentalen Wendepunkt zum Aufstieg der Wirtschaft und einer Verbesserung ihrer Lebenssituation. Entgegen der Verbesserung des Deutschlandbilds im Ausland erwarten die meisten Deutschen nicht, dass die Einstellung der Bevölkerung zu Einwanderern durch die internationale Atmosphäre der WM positiv beeinflusst wird. Der Anstieg von patriotischen Gefühlen in Deutschland wird von der Mehrheit wahrgenommen und gleichzeitig auch überwiegend positiv bewertet. Die vielfach beschworenen Gefahren eines überzogenen deutschen Nationalstolzes werden in der Bevölkerung nicht gesehen.



Presse-Information

Durch die während der Fußballweltmeisterschaft gewonnenen Eindrücke wird sich das Bild Deutschlands im Ausland nachhaltig verbessern.

Angaben in %	Total	Frauen	Männer	14-21	55+
Basis	1000	520	480	112	376
stimme zu*	80	75	84	83	81
lehne ab**	8	10	6	7	7

Durch den Einfluss der Fußballweltmeisterschaft in Deutschland wird es mit der deutschen Wirtschaft nachhaltig bergauf gehen.

stimme zu	24	21	28	39	23
lehne ab	53	56	49	35	54

Durch den Einfluss der Fußballweltmeisterschaft in Deutschland wird es den Menschen in Deutschland nachhaltig besser gehen.

stimme zu	18	14	22	30	16
lehne ab	57	60	55	42	60

*Top-Two-Boxes: stimme ganz und gar zu, stimme eher zu.

**Bottom-Two-Boxes: lehne ganz und gar ab, lehne eher ab.

Feldzeit:

21.06. – 27.06.2006, 1.000 deutschsprachige Personen ab 14 Jahren.

Methode:

Die Untersuchung wurde mit Ipsos „Express“ als computergestützte telefonische Omnibusbefragung (CATI) durchgeführt. Grundgesamtheit sind alle deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren, die in telefonisch erreichbaren Privathaushalten leben. Aus dieser Stichprobe wurde im Rahmen des ADM-Mastersamples eine repräsentative, mehrstufig geschichtete Zufallsstichprobe gezogen. Die statistische Fehlertoleranz liegt bei einem ausgewiesenen Merkmal von 10% bei $\pm 2,2\%$, und bei 50% bei $\pm 3,7\%$.

Über Ipsos:

Die Ipsos GmbH ist ein Tochterunternehmen der Ipsos SA mit Hauptsitz in Paris. Weltweit gehören Marktforschungsinstitute in über 40 Ländern zur Ipsos - Gruppe, die damit international Platz drei einnimmt. Seit 1999 ist Ipsos SA an der Pariser Börse notiert. In Deutschland ist die Ipsos GmbH mit 320 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 52 Mio. € (2005) das drittgrößte ad-hoc Marktforschungsinstitut.

Kontakt Pressestelle:

Gudrun Witt, Communications

Ipsos GmbH

Heidenkampsweg 100

20097 Hamburg

Tel.: 040-800 96-179, Fax : 040-800 96-100, gudrun.witt@ipsos.de, www.ipsos.de