



"Das Doppelleben der Deutschen"

Die OeTTINGER Deutschland-Studie

(ddp direct) Wie denken wir Deutschen eigentlich über unser Land und über uns selbst? Was sind typisch deutsche Tugenden oder auch Untugenden? Und welche Entwicklung hat das Deutschlandbild über die letzten Jahrzehnte genommen? Die Antworten auf diese Fragen gibt die neue, von der OETTINGER Brauerei GmbH initiierte, Deutschland-Studie, die vom rheingold salon in Köln durchgeführt wurde.

Die OETTINGER Brauerei hat es sich zum Ziel gesetzt, dem Thema Deutschland umfassend und tiefenpsychologisch auf den Grund zu gehen. Für mich ist es als Unternehmer aber auch als Privatperson wichtig, zu verstehen, wie sich Deutschland, die Kultur und die Werte entwickelt haben, so Dirk Kollmar, Geschäftsführer der OETTINGER Brauerei GmbH, über die Hintergründe der Deutschland-Studie. Wir fragen uns, in wie weit unsere Unternehmens-Kultur der aktuellen Kultur in Deutschland noch entspricht, wollen aber auch einen gesellschaftlichen Denkanstoß geben.

Typisch Deutsch?

Die Deutschen entwickeln im Verhältnis zu ihrer Nation ein Doppelleben, so Jens Lönneker, Geschäftsführer des rheingold salon und Projektleiter der Studie. Im öffentlichen Bild dieses Doppellebens stehen die ungeliebten und stereotypen Vorstellungen vom Deutschen. Jenseits dieses öffentlichen Bildes hat sich ein weiteres privates Leben in Deutschland entwickelt, das voller Vielfalt steckt.

iÄ?§ Typisch deutsch im öffentlichen Bild:

Mindestens 90% der Befragten stufen die folgenden Tugenden jeweils als typisch deutsch ein: Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit, Fleiß, Ordnung und Sauberkeit. Das Bild des typisch Deutschen erweist sich als sehr konsistent.

Die große Mehrheit hat trotz der vermeintlich guten Wirtschaftslage das Gefühl, dass sich ihr Land nicht weiterentwickelt. Es besteht eine tiefe Sorge über den Zustand der Nation. 70% stimmen der drastischen Aussage zu: Deutschland geht immer mehr den Bach runter.

Die deutsche Politik ist zögerlich und wankelmütig finden 80% der Befragten. Sie sind der Meinung, es mangelt der Politik an Entscheidungsfähigkeit und Tatkraft.

Und der Schatten der NS-Vergangenheit ist immer noch ein Hemmschuh. 72% sagen, unsere Nazi-Vergangenheit hemmt uns und hindert uns daran, in der Politik entschiedenere Maßnahmen zu ergreifen.

iÄ?§ Typisch für das private Deutschland:

So stereotyp das Bild vom Deutsch-Sein ist, so sehr leisten sich die Deutschen eine Vielfalt unterschiedlicher persönlicher Haltungen zu ihrer Nation. Ca. ein Drittel der Deutschen stuft sich als typisch deutsch ein - ein weiteres Drittel jedoch explizit als nicht typisch deutsch. Das restliche Drittel möchte weder das eine noch das andere sein.

Private Lebensqualität ist den Deutschen ein echtes Anliegen. Gesundheit (98%) und finanzielle Unabhängigkeit (94%) ist ihnen sehr wichtig. Felder, die ein stärkeres Engagement jenseits des ganz persönlichen Glücksstrebens erfordern, erzielen dagegen viel weniger Zustimmung: Traditionspflege (54%), politisches Engagement (30%) oder viele Kinder haben (28%).

82% der Befragten sind der Auffassung, dass jeder Mensch nach seinen eigenen Vorstellungen leben soll. 79% der Befragten sagen, dass ihnen ihre individuelle Freiheit am wichtigsten ist. Alle Befragten beobachten aber auch, dass diese Freiheit in harmloser oder heftiger Weise überstrapaziert und missbraucht wird. Das verunsichert.

Den vermeintlich unsicheren Perspektiven für Deutschland stellen die Deutschen viel Sicherheitsdenken gegenüber: 96% der Deutschen ist es wichtig, Menschen zu haben, auf die sie sich verlassen können, egal was passiert. Und eine gesicherte Rente ist 91% wichtig.

Wie funktioniert das deutsche Doppelleben?

Das öffentliche stereotype Bild vom funktionierenden Deutschen wird durch die Bank hochgehalten, aber auch wenig geliebt. Die Deutschen halten an ihm jedoch gerne fest, weil es mit seiner Musterknaben-Attitüde hilft, dunkle, schwierige Seiten des Deutsch-Seins psychologisch außen vor zu lassen.

Jenseits dieses stereotypen und tugendhaft normierten Bildes vom Deutschen hat sich de facto längst ein reiches, vielfältiges Leben im privaten Deutschland entwickelt. Individuelle Freiräume und persönliches Glück stehen hier im Vordergrund. Hier zeigen sich auch weniger tugendhafte Seiten der Deutschen: 73% der Befragten sagen: Die Deutschen sind gar nicht alle so ehrlich, pünktlich und gewissenhaft, wie man immer denkt es gibt auch eine ganze Menge Schlawiner darunter.

Psychologisch ist das Doppelleben mit seiner Stereotypie eine tolle gesellschaftliche Konstruktion: Hinter einer scheinbar intakten normierten öffentlichen Fassade können die Deutschen überwiegend ein vielfältiges, unbeschwertes Leben im Privaten führen.

Die jüngsten Entwicklungen führen nun aber dazu, dass das Doppelleben unter Druck gerät. Der deutsche Apparat droht, überlastet zu werden und nicht mehr zu funktionieren. Die Sekundärtugenden schützen nicht mehr, werden ausgehöhlt und sogar vom Ausland angegriffen. Dies macht zwar generell Angst, diese wird aber bislang überwiegend im Privaten behandelt.

Das Land steht unter sehr viel Druck, die aktuelle Form der Aufspaltung in das Doppelleben aufzugeben und ein neues Bild für Deutschland zu entwickeln, zögert aber damit anzufangen. Es steigt jedoch die Wertschätzung von Personen und Organisationen, die den deutschen Apparat mit seinen Rahmenbedingungen erneuern wollen. Erneuerungs-Sehnsüchte betreffen dabei vor allem die Bereiche Natur (Umweltschutz, Nachhaltigkeit), kluge Köpfe (Bildung und Entwicklung) und die Werte des Zusammenlebens. Einmal anders und psychologischer formuliert: Wir sehnen uns nach Pflege unserer deutschen Natur, Renovierung unserer deutschen Werte und Entwicklung unseres deutschen Könnens.

Einige Fakten zur Studie:

Die Erkenntnisse zum Thema Deutschland sind durch neutrale, produktunabhängige Befragungen zustande gekommen. Sie wurden in keiner Weise durch Produktfragen beeinflusst und dienen auch nicht der produktbezogenen Marktforschung.

iÄ?§ Im Rahmen der qualitativen Befragung wurden von Mai bis August Gruppendiskussionen und Einzel-Tiefeninterviews mit 200 Personen an 11 Standorten in Deutschland durchgeführt (Rostock, Erfurt, Leipzig, Berlin, Stuttgart, München, Nürnberg, Bochum, Hannover, Hamburg und Köln).

iÄ?§ Für die repräsentative quantitative Befragung wurden anschließend mehr als 1.000 Frauen und Männer im Alter von 18 + in Zusammenarbeit mit der Universität Bremen und der lehrstuhlnahen Einrichtung Talking-Data in einem Online-Panel befragt.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/7hvqo6>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/wirtschaft/das-doppelleben-der-deutschen-13241>

=== "Das Doppelleben der Deutschen" - die OeTTINGER Deutschland-Studie (Dokument) ===

Die Zusammenfassung der Studie

Shortlink:

<http://shortpr.com/essmev>

Permanentlink:

<http://www.themenportal.de/dokumente/das-doppelleben-der-deutschen-die-oettinger-deutschland-studie>

Pressekontakt

rheingold salon, Marktforschung, Marketingberatung, Strategiekonzeption

Herr Rainer Pfuhrer
Hohe Straße - 168 160
50667 Köln

pfuhrer@rheingold-salon.de

Firmenkontakt

rheingold salon, Marktforschung, Marketingberatung, Strategiekonzeption

Herr Rainer Pfuhrer
Hohe Straße - 168 160
50667 Köln

shortpr.com/7hvqo6
pfuhrer@rheingold-salon.de

=== rheingold salon ===

Der rheingold salon ist die neue Unit des rheingold Instituts für qualitative Markt- und Medienanalysen, einer der renommiertesten Adressen der qualitativ-psychologischen Markt- und Wirkungsforschung. Zu den Aufgaben des salon zählen neben der klassischen Marktforschung, die Beratung bei der Entwicklung und Umsetzung strategischer Konzepte, Unterstützung bei Marketing und Kommunikation sowie die Moderation von Workshops. Der salon arbeitet an der Schnittstelle zwischen Marketeers und Agenturen. Die Basis der Arbeit bildet dabei die morphologischen Markt- und Medienforschung, die an der Universität Köln entwickelt wurde. Zu den Kunden des salon zählen die bekanntesten Adressen der deutschen und internationalen Wirtschaft.

www.rheingold-online.de
www.facebook.com/rheingold.salon

=== OeTTINGER Brauerei GmbH ===

Die Oettinger Brauerei GmbH ist eine der erfolgreichsten Brauereien in Deutschland. Hier ist das traditionsreiche Familienunternehmen seit 2004 Marktführer. Im Jahr 2011 betrug der Ausstoß der gesamten Gruppe rund 10 Millionen Hektoliter.

Zur Oettinger-Gruppe zählen vier Braustätten in Deutschland mit insgesamt 1150 Mitarbeitern. Neben dem Stammsitz in Oettingen (Bayern) sind das die Zweigniederlassungen in Gotha (Thüringen/seit 1991), Mönchengladbach (Nordrhein-Westfalen/seit 2003) und Braunschweig (Niedersachsen/seit 2009). Die Brautradition reicht bis in das Jahr 1731 zurück. Seither hat sich das Unternehmen vom reinen Bier-Brauer zu einem facettenreichen Getränkehersteller entwickelt. Aktuell zählen insgesamt 24 Biere, Biermischgetränke und Limonaden zum Sortiment der Marke Original Oettinger. Jedes einzelne Produkt bürgt für Spitzenqualität zum guten Preis aus Deutschland. Diese Kombination kommt bei den Kunden bestens an: Sie ist der Schlüssel zum Erfolg und somit auch die Grundlage für zahlreiche Auszeichnungen und Preise. Bei der Qualitätsprüfung der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) wurden Oettinger-Produkte zuletzt regelmäßig prämiert. In diesem Jahr erhielten mit Mönchengladbach und Braunschweig gleich zwei Standorte die höchste Auszeichnung, mit der eine Brauerei in Deutschland für ihre Qualitätsleistungen gewürdigt werden kann: den Bundessehrenpreis.

<http://oettinger-bier.de>
<http://www.facebook.com/OeTTINGER.Brauerei>