



# Verdrießlichkeit und Recht und ...

**Patriotismus:** *Politiker und Ökonomen entdecken den Stolz auf die Nation als Erfolgsfaktor. Müssen die Deutschen ihr Land lieben lernen, damit die Wirtschaft gesundet?*

**K**laus Mangold war angenehm überrascht. Da saß er im Berliner Reichstag, hatte soeben als unionsnaher Wahlmann in der Bundesversammlung den neuen Präsidenten der Republik mitgekürt, nun perlten aus den Lautsprechern ungewohnt vaterländische Töne: In sei-

ner Antrittsrede sprach Horst Köhler von „Patriotismus und Weltoffenheit“, die doch „keine Gegensätze“ seien, und bekannte gar: „Ich liebe unser Land.“

Mangold, emeritierter Daimler-Vorstand und heute in Sachen Standortwerbung für Deutschland

unterwegs, war hocherfreut: Endlich mal ein Staatsrepräsentant, der ans kollektive Wir-Gefühl appelliere. „Patriotismus“, sagt Mangold, „hat hier zu Lande einen schlechten Klang. Es würde meine Arbeit erleichtern, wenn wir auch mal über unsere Stärken disku-

ILLUSTRATION: REINHARD WENDLINGER

tierten, statt unser Land immerzu schlechtzureden.“

Deutschland, im Sommer 2004: eine Nation in Duldungsstarre, die sich deprimiert in den scheinbar unaufhaltsamen wirtschaftlichen Abstieg fügt. Angst, Mutlosigkeit und Zynismus sind allgegenwärtig – unter Politikern, unter Managern und Unternehmern, erst recht in der Breite der Bevölkerung. Viele Bürger, so scheint es, haben das Land abgeschrieben.

In dieser schwierigen Lage schallt noch verhalten, aber doch deutlich hörbar eine neue schwarz-rot-goldene Standort-Rettungsrhetorik durch die Republik.

Bundespräsident Köhler beschwört das nationale Wir-Gefühl, um die Nation zu „neuen Gründerjahren“ zu ermuntern. Altkanzler Helmut Schmidt schwelgt öffentlich in längst vergangenen Zeiten, als „die Wirtschaftsführer patriotischer waren“. Und ein Jungmanager wie Leonhard Fischer, Chef der Winterthur Versicherung, outet sich via Interview als deutscher „Patriot“.

Sogar ernsthafte Wissenschaftler wie Thomas Straubhaar, Präsident des Hamburgischen Welt-Wirtschafts-Archivs (HWWA), entdecken die nationale Identität als Erfolgsfaktor im Standortwettbewerb: „Eine Gesellschaft, der es an Patriotismus mangelt, bekommt in einer globalisierten Welt Probleme.“ Es gehe darum, die „leistungsfähigsten und wohlhabendsten Personen“ vom Abwandern abzuhalten, sagt der Schweizer Professor mit Wohnsitz Hamburg: „Um sie zu halten, bedarf es auch eines emotionalen Bindemittels“ (siehe Interview Seite 133).

Wirtschaftsfaktor Herz – die Bundesrepublik ist damit nicht eben üppig ausgestattet.

Die Deutschen, so zeigen Umfragen des Instituts für Demoskopie Allensbach, sind eine skeptische, hochgradig selbstkritische Nation. Die Mitbürger gelten tendenziell als peinlich: Die Hälfte der Befragten glaubt, dass Deutsche im Ausland unangenehm auffallen; und nur 40 Pro-

# Die Apartheid der deutschen Eliten

**Blockade:** Das Führungspersonal beschimpft sich gegenseitig – statt gemeinsam anzupacken



Fusionskandidat Postbank

**Teamversagen:** Deutschlands Eliten in Wirtschaft, Politik und Verwaltung haben Schwierigkeiten beim Zusammenspiel, auch weil ihnen ein überwölbendes Wir-Gefühl fehlt.

**Schuldzuweisungen:** So hielt sich das „Bündnis für Arbeit“ mit gegenseitigen Vorwürfen auf, statt Reformen anzupacken.

**Rückschläge:** Auch industriepolitische Eingriffe scheitern. Kürzlich gelang es Kanzler Schröder nicht, die Postbank mit der Deutschen Bank zu fusionieren – und er musste zusehen, wie Aventis von Sanofi übernommen wurde.

Übernommener Pharmakonzern Aventis



Gescheitertes „Bündnis für Arbeit“

zent sehen sich selbst als „typische Deutsche“.

Allenfalls verhalten bekennen sie sich zur eigenen Nation: Ganze 19 Prozent sagen, sie seien „sehr stolz“ auf ihr Land; in den USA liegt dieser Wert bei 80 Prozent, in Großbritannien bei 52 Prozent, in Frankreich immerhin bei 35 Prozent. Und nur eine Minderheit empfindet sich als Teil einer Schicksalsgemeinschaft, für die sie im Zweifel bereit wären, in den Krieg zu ziehen (33 Prozent, gegenüber 44 Prozent der Franzosen und 60 Prozent der Briten).

Andere Nationen schwelgen in Flaggenmeeren, singen ihre Hymnen voll Inbrunst und scharen sich um die Mythen ihrer Geschichte – dem deutschen Wesen ist derlei Symbolik heute reichlich fremd.

Nach Weltkriegen, Nazi-Terror und Auschwitz haben sich die Bundesbürger aufs Ökonomische konzentriert: Wirtschaftswunder, deutscher Fleiß und starke D-Mark wurden zu Fluchtpunkten der kollektiven Identität. Prosperität ist wichtiger als nationale Einheit – immer noch hält eine Dreiviertelmehrheit der Bundesbürger die Phase der Teilung in BRD und DDR für die glücklichste Ära in der deutschen Geschichte. Umso schwerer wiegt nun der Ver-

lust der einstigen Stärken. Wiedervereinigung, Wirtschaftskrise und Euro-Währungsunion haben die ökonomischen Ersatzmythen der Nachkriegsgenerationen arg ramponiert – und den Kern des deutschen Selbstbewusstseins infrage gestellt.

Eine tiefe Verunsicherung über die Zukunft der Nation hat die Bevölkerung erfasst. „Kollektive Depression“ diagnostizieren die Volkswirte der Deutsche Bank Research in einer Studie und warnen vor einer sich ausbreitenden „Lethargie“. Frederick Shepperd, ein amerikanischer Unternehmensberater, der seit Jahren deutsche Mittelständler berät, beobachtet eine schleichende Lähmung. Gerade heute, kurz nach der Osterweiterung der EU, böten sich doch jede Menge Chancen, sagt Shepperd, aber zu wenige ergriffen sie. Stattdessen treffe er überall auf Unternehmer und Manager, die sich aufs deprimierte Abwarten verlegt hätten.

Eine Haltung, die Shepperd unfassbar findet: „Es ist Zeit für Action, aber ihr Deutschen sitzt auf euren Händen. Ihr zahlt eure Steuern und glaubt, ihr hättet keine weitere Verantwortung. Jede Generation schuldet es ihrem Land, die Freiheit der Gesellschaft und die Dynamik der Wirtschaft zu erhalten.“

Ende einer Standpauke.

Deutschlands Anti-Patriotismus drückt nicht nur auf die kollektive Gemütslage, sondern sorgt auch für praktische Komplikationen in der Wirtschaftspolitik. In anderen Ländern verbindet die Entscheidungsträger in Politik, Verwaltung und Wirtschaft ein überwölbendes Wir-Gefühl: Sie haben an den gleichen Elite-Unis studiert, haben einen Wertekanon verinnerlicht, der unabhängig von der Position gilt, an der sie später Verantwortung tragen – im Zweifel zieht man an einem Strang.

In der Bundesrepublik hingegen sei solch „horizontale Kooperation“ schwierig, sagt die Elite-Forscherin Viktoria Kaina von der Uni Potsdam: zum einen weil es keine nationalen Kaderschmieden gibt wie Oxford und Cambridge in England, Harvard und Yale in den USA oder die ENA in Frankreich (siehe Seite 162); zum anderen weil die Karrierewege in Politik, Verwaltung und Wirtschaft hermetisch gegeneinander abgeriegelt sind – nur wenige Topleute wechseln zwischen den Sphären.

Eine Industriepolitik à la française? Scheitert in Deutschland an der Apartheid der Eliten. Hilflos musste Kanzler Gerhard Schröder vor wenigen Wochen zusehen, wie die Regie-

# Wo sich die Nationen sammeln

**Rituale:** Im internationalen Vergleich ist die Pflege patriotischer Gefühle der Normalfall



Rütli Schwur in der Schweiz

**Kristallisationspunkte:**

Andere Länder scharen sich um Monarchen, Flaggen und gemeinsame Rituale. Briten, Franzosen, Amerikaner oder Skandinavier zelebrieren die Nation regelmäßig.

**Selbstvergewisserung:**

Auch die Schweizer, denen ein zentrales Merkmal der Nation – die gemeinsame Sprache – fehlt, feiern alljährlich den historisch nicht belegten Gründungsakt ihrer „Willensnation“ auf der Rütli-Wiese.

**Farbenblind:** Die Deutschen, so zeigen Umfragen, sind sich selbst eher peinlich.



14. Juli in Paris

rung in Paris aktiv an der Übernahme von Aventis durch Sanofi-Synthélabo mitarbeitete. Effektiv besorgte der französische polit-ökonomische Komplex auch die Neuordnung des sensiblen Bankensektors: Mit BNP Paribas und Crédit Agricole gibt es inzwischen zwei gallische Schwergewichte, die über eine solide heimische Basis verfügen. Hier zu Lande kamen Fusionen von Großbanken hingegen nicht zustande; erst kürzlich scheiterte Schröder mit seinem Plan, aus Deutscher und Postbank einen „national champion“ zu formen.

Weil es keinen übergreifenden Comment der Eliten gibt, tut sich die Bundesrepublik auch mit Reformen schwer. „Um kooperieren zu können“, sagt Kaina, „muss man sich in sein Gegenüber einfühlen können.“ In Deutschland jedoch habe sich eine „ideologische Frontstellung“ verfestigt. Wie beim „Bündnis für Arbeit“, das nach jahrelangen Debatten der Vertreter von Regierung, Verbänden und Gewerkschaften scheiterte.

Während sich andere Länder in den 90er Jahren im Rahmen großer patriotischer Rettungsaktionen für die Globalisierung fit machten, beschimpften sich deutsche Eliten gegenseitig. Und sie tun es bis heute. Politiker wie SPD-Chef Franz Münte-

fering heften abwandernden Unternehmen das Etikett „unanständig“ an. Wirtschaftsführer wiederum ziehen – nicht zitierfähig – in abfälligen Worten über die Politprominenz her.

Betont antiteutonisch gibt sich das Leitungspersonal in den Konzernen. So fände Werner G. Seifert, anglophiler Vorstandschef der Deutschen Börse AG, nichts dabei, den Konzernnamen seines Arbeitgebers aufzugeben.

Diverse Umfragen zeigen, was deutsche Manager vom Standort D. halten: nämlich wenig bis gar nichts. Unter ihresgleichen müssen sie sich schon mal rechtfertigen, wenn sie in der Heimat investieren. Wer heute noch in Deutschland eine neue Pkw-Fabrik baue, ätzt eine Führungskraft aus der Autoindustrie, der handele schlicht „unverantwortlich“.

Ein offenkundig übertrieben negatives Urteil. Ausländer geben der Bundesrepublik deutlich bessere Noten. In einer aktuellen Umfrage der Beratungsfirma Ernst & Young bei 513 international investierenden Unternehmen kommt Deutschland auf Platz 3 der globalen Topstandorte, hinter China und den USA.

Keineswegs übersehen die ausländischen Manager die heimischen

Probleme – hohe Arbeitskosten und Ertragsteuern, ein unflexibles Arbeitsrecht. Aber sie entdecken eben auch eine Menge Stärken: die Infrastruktur, die Forschungs- und Entwicklungslandschaft, die Qualifikation der Beschäftigten, den großen Binnenmarkt. Disziplinen, bei denen die Bundesrepublik um Längen vor der europäischen Konkurrenz liegt.

Anders als die allermeisten Länder der Erde funktioniere Deutschland eben einfach, sagt Gordon Riske. Seit zehn Jahren arbeitet der Amerikaner hier, seit vier Jahren steht er dem Kölner Motorenkonzern Deutz vor. Gerade hat er seinen Vertrag bis 2010 verlängert, weil er an „dieses Land glaubt“.

Das Gejammer der Kollegen Manager kann Riske längst nicht mehr hören: „Das ist doch größtenteils eine Scheindebatte: Jeder sucht nach einem Vorwand, um bloß nicht selbst anpacken zu müssen.“

Ja, sagt Riske, eine Spur Patriotismus würde schon helfen. Eigentlich sei es doch gar nicht so schwierig, die unbestreitbaren deutschen Probleme zu lösen, verglichen mit den Schwierigkeiten, die andere Länder plagen: „Ihr müsst es nur machen.“

Mehr Patriotismus wagen? Von oben dekretieren lässt sich ein kol-

# „Ein deutscher Traum“

**Interview:** Thomas Straubhaar über den Faktor Wir-Gefühl

**mm** *Der neue Bundespräsident Horst Köhler schlägt deutlich patriotische Töne an. Offenkundig will er das geistige Fundament legen, mit dem Deutschland aus der Krise findet. Sind patriotisch gesinnte Nationen tatsächlich wirtschaftlich erfolgreicher?*

**Straubhaar** Ich glaube, ja. Eine Gesellschaft, der es an Patriotismus mangelt, bekommt in einer globalisierten Welt Probleme. Gerade die leistungsfähigsten und wohlhabendsten Personen können das Land verlassen. Um sie zu halten, bedarf es auch eines emotionalen Bindemittels.

**mm** *Eine ungewöhnliche These für einen liberalen Ökonomen.*

**Straubhaar** Ich will ja nicht die Grenzen wieder dichtmachen, die Globalisierung ist ein Segen. Aber eine Gesellschaft kann nur dauerhaft ökonomisch erfolgreich sein, wenn sie einen gemeinsamen Anker hat. Wir bräuchten einen deutschen Traum.

**mm** *Warum?*

**Straubhaar** Erstens weil ein solches Wir-Gefühl es leichter macht, mit Mitbürgern zu kooperieren, die einem sonst fremd sind; sich gegenseitig zu verstehen und zu vertrauen sind ganz fundamentale ökonomische Faktoren.

Zweitens erleichtert Patriotismus es Gesellschaften, auf äußere Veränderungen zu reagieren. Kurzfristige Interessen einzelner gesellschaftlicher Gruppen lassen sich eher überwinden zugunsten langfristig wohlstandssteigernder Reformen.

**mm** *Sehen Sie Patriotismus als Voraussetzung, mehr Nachhaltigkeit in Politik und Wirtschaft zu bringen?*

**Straubhaar** In der Tat. Eine Gesellschaft, die allein aufs schnelle Geld fokussiert ist, kann nicht prosperieren. Es braucht auch Bürger, die bleiben wollen, die langfristig denken, investieren, Kinder großziehen – die deshalb in Generationen und nicht nur in Tagesgeschäften denken. Es braucht Menschen, die die Apfelbäume pflanzen.

**mm** *Führende SPD-Politiker*

*haben Unternehmen, die Betriebe ins Ausland verlagern, als „unpatriotisch“ und „unanständig“ gebrandmarkt. Kann man ökonomischen Patriotismus Ihrer Meinung nach erzwingen?*

**Straubhaar** Nein. Die Mehrheit der Sesshaften muss die Hochmobilen umwerben, ihnen das Bleiben schmackhaft machen – mit attraktiven Standortbedingungen und einem positiven Gemeinschaftsgefühl. Wer die Leistungsfähigsten beschimpft, wird sie umso eher aus dem Land treiben.



**Heimat: HWWA-Chef Straubhaar kommt aus der Schweiz**

lektives Selbstbewusstsein nicht. Nur ganz allmählich kann eine normale nationale Identität wachsen, die nicht in „Großmannssucht und Selbstüberschätzung“ umschlägt, wie sie sich Bundespräsident Köhler wünscht.

Wie das bundesrepublikanische Wertesystem nun mal seit den Zeiten des Wirtschaftswunders gestrickt ist, wird es eine mentale Erholung kaum ohne nachhaltige ökonomische Gesundung geben können.

Beides hängt eng zusammen – das Selbstbewusstsein der Deutschen fußt auf ihren wirtschaftlichen Leistungen. Deshalb konnte sich die

Krise seit mehr als einem Jahrzehnt verfestigen. Deshalb ließe sich der Teufelskreis, zumindest theoretisch, auch wieder in eine positive Dynamik umkehren.

Standort-Promoter Klaus Mangold jedenfalls hofft auf die nächste Generation. Bei seinen Söhnen, beide Mitte 20, und deren Freunden hat er beobachtet, dass Heimat – Stadt, Region, Nation – wieder eine wichtige Rolle spiele. „In der globalisierten Welt“, glaubt Mangold, „suchen gerade junge Menschen zunehmend nach Halt.“ Und seien auch stärker bereit, sich fürs Gemeinwesen zu engagieren. *Henrik Müller*