

Düsseldorf, 12. Oktober 2006

Galaabend 50 Jahre Deutscher Marketingverband

"Wieviel Marketing braucht Deutschland?"

Unser Land – wir allein tragen die Verantwortung dafür. Wir sind Deutschland. Wir entscheiden, ob das Land klagend und schlechtgelaunt im Mittelmaß versinkt oder ob es souverän und selbstbewusst im Chor der Nationen an einer besseren Welt arbeitet.

Dieses ist ein leidenschaftliches Plädoyer für das Deutschland von heute und von morgen.

Nur der kann andere lieben, der sich auch selbst liebt. Nur wer seine eigenen Stärken kennt und zu schätzen weiß, kann die anderer würdigen und Chancen haben im Wettbewerb.

Wir alle wissen aus dem Sport: Das Match wird im Kopf entschieden. Und damit auch, wer am Ende unglücklich in den Katakomben von Wimbledon verschwindet und wer glücklich die Trophäe und lange Ovationen entgegennimmt.

Wie wirklich ist denn unsere Wirklichkeit? Wie viel von dem, was wir als unsere Umwelt und unser Leben wahrnehmen und als glücklich oder unglücklich werten, ist denn objektiv vorgegeben und wie viel von uns selbst gemacht? Nehmen wir ein Beispiel – einen Verkehrsstau. Man sitzt in seinem Auto, schaut nach rechts und sieht, wie der Fahrer sich so über den Zeitverlust ärgert, dass er fast ins Lenkrad beißt vor Frust. Dann sieht man nach links. Gleiche Situation, ändern kann ohnehin keiner etwas in dem Moment. Und da sitzt einer, der hat kurz per Handy informiert, dass er zwanzig Minuten zu spät komme, und nun genießt er Mozart und denkt an seine große Liebe...

Gleiche Situation, Verzweiflung beim einen, Vergnügen beim anderen. Also: Wie wirklich ist die Wirklichkeit?

Wir Deutschen sitzen zu oft im Auto rechts.

Wenn wir mit ausländischen Freunden über unser Land reden und über Arbeitslosigkeit, Überalterung oder Innovationsmangel klagen, denken unsere Gesprächspartner oft, wir sprechen von einem anderen Land. Für sie ist Deutschland in vielerlei Hinsicht ein Paradies.

Wir waren im Sommer ganz versessen darauf, Weltmeister im Fußball zu werden. Vergaßen aber, dass wir es (durch unsere grandiose Frauenmannschaft) schon längst waren. Und im Schlechtreden lieber nicht sein sollten...

Der Dalai Lama sagt sehr deutlich: Das Glück liegt in uns. Wir neigen nur dazu, es nach außen zu verlagern und abhängig zu machen von Dingen jenseits unserer Kontrolle - dem Wetter, dem Geld, den Kollegen, dem Chef, dem Ehepartner usw. Dabei sind wir es selbst, die über unser Glück oder Unglück entscheiden.

Und er sagt noch etwas sehr Wichtiges: Hass, Wut, Angst und schlechte Laune verengen unser Sichtfeld. Wir merken nicht mehr, wie unendlich gut wir es haben. Er empfiehlt, zurückzutreten und die Perspektive zu öffnen. Das erlaubt wieder zu lächeln.

Natürlich ist die Rente gefährdet und jeder Arbeitslose einer zuviel. Natürlich haben wir zu wenige Kinder und sind in vielen Lebensbereichen im weltweiten Wettbewerb nicht mehr da, wo wir mal waren. Natürlich fehlt uns wirtschaftliches Wachstum. Und natürlich waren wir 1933 bis 1945 die barbarischste und unmenschlichste Nation der Welt und werden uns immer dafür schämen.

All das ist überaus real und deprimierend. Keiner kann und darf es verdrängen oder sollte dies nur versuchen. Aber einseitige Fokussierung darauf hilft uns weder weiter noch löst sie unsere komplexen Probleme (die natürlich mit aller Kraft angegangen werden müssen).

Realität besteht immer aus Sonne und Schatten, Stärken und Schwächen. Wir haben so unendlich Vieles, das wir lieben können und das uns auch ein wenig stolz machen darf.

Wir sind in den letzten Jahren eine Macht für den Frieden und für Stabilität in der Welt geworden. Wir sind eine starke und erwachsene Demokratie. Wir haben gewaltfrei die Wiedervereinigung erleben dürfen und die gigantischen Herausforderungen dieses Geschenkes auf erstaunliche Weise gemeistert. Wir sind (weiterhin) die wichtigste und innovativste europäische Wirtschaftsnation und gar Weltmeister im Export. Nach dem Tsunami haben wir allein von privater Hand über 670 Millionen Euro gespendet. Wenn wir essen gehen, überlegen wir keine Sekunde lang, ob unser Auto danach noch vor der Tür steht. Niemand verhungert oder verdurstet auf unseren Straßen. Wir haben Wärme, Licht und stabile Häuser. Keine Wirbelstürme und Erdbeben verwüsten unser Land. Die Dinge des Alltags funktionieren, ob Heizung oder Telefon, Straßen oder Krankenhaus.

Freuen wir uns doch an solchen Fakten, die nicht selbstverständlich sind. Zelebrieren wir sie ein wenig, und seien wir dankbar dafür. Wem sonst in der Welt geht es denn objektiv besser?

Auf der Suche nach dem großen Glück übersehen wir gern, dass sein Unterfutter aus kleinen Momenten gewebt ist. Wer sie übersieht, versäumt das Glück.

Die Welt assoziiert uns natürlich – und zu Recht – weiterhin mit den dunklen Seiten unserer Geschichte. Aber auch ganz unbefangen und davon losgelöst mit dem Oktoberfest und Bier, mit Bayern München und Mercedes, mit Claudia Schiffer, Boris Becker, Franz Beckenbauer und Michael Schumacher.

Lebende deutsche Künstler erzielen Top-Preise auf New Yorker Auktionen. Deutsche Architekten bauen am neuen China. Unsere großen Marken von BMW bis Porsche, von Boss bis Puma stehen besser und stärker da als je zuvor. Mehr als einhundert Firmen aus unserem Land – oft beim allgemeinen Publikum unbekannt – sind Weltmarktführer auf ihrem Gebiet.

Würden wir nicht immer nur auf jene Sportarten sehen, in denen wir noch unlängst Weltspitze waren (Tennis, Skispringen oder Boxen), sondern auf jene, in denen wir es gerade sind (Biathlon, Eisschnelllauf, Rodeln, Bob, Kanu, Ironman ...), wären selbst unsere sportlichen Leistungen kein Grund zur Klage.

Wir neigen einfach dazu, bei jeden Olympischen Spielen die Erfolge unserer Athleten nicht zu feiern, sondern auf den einen Dopingskandal zu schauen und zu meinen, es sei im globalen Wettbewerb gerade noch mal gut gegangen.

Noch nie war ein Volk so reich und so unglücklich.

Warum das so ist? Darüber ist viel Kluges geschrieben worden. Wir sind ein sehr junger Nationalstaat. Wir ringen nach wie vor um unsere Identität und setzen uns mit unserer Geschichte im 20. Jahrhundert auseinander. Bis zur WM 2006 hingen wir keine Flaggen vor unsere Häuser und ließen keine auf unseren Autos wehen.

Immerhin: Im Sommer 2006 hat sich das schlagartig geändert. Fast wie ein Wunder. Wie das von Bern 1954... Wir sahen Schwarz-Rot-Gold als Tattoo und Slip, als Make-up-Vorlage und Perücke. Und beobachteten staunend Jugendliche landauf landab, die textsicher mit der Hand auf dem Herz unsere Hymne schmetterten.

Das waren große Schritte zu einem normalen, lässigen Selbstbewusstsein einer ganzen Nation. Jetzt müssen wir nur darauf achten, dass es nicht nur ein kurzfristiger kollektiver Rausch war. Es darf nicht bei „Deutschland. Ein Sommermärchen“ bleiben, will unser Land weiterhin an der Spitze sein. Wir brauchen den neuen Spirit nicht nur beim Fußball, sondern bei all den notwendigen internen Reformen! Wo in der Politik spüren wir etwas von Klinsmanns Teamgeist, wo seinen Optimismus und seine Energie, jeden Zweikampf zu gewinnen?

In den letzten Jahren ist der deutsche Buchmarkt schier überschwemmt worden von Büchern mit Titeln wie „Kopf hoch, Deutschland“, „Mehr Wachstum für Deutschland“, „Sind die Deutschen noch zu retten?“, „Countdown für Deutschland“, „Deutschland auf der Couch“ oder „Scheitert Deutschland?“. Sie sind voll von Vorschlägen, was wir tun müssen. Sie bersten von Forderungskatalogen, was alles zu geschehen habe, um Deutschland zu retten. Und haben auf ihre Weise sicher recht.

Aber Forderungen frustrieren auf die Dauer. Sie vernachlässigen, was alles an Liebenswertem und Hervorragendem da ist.

Selbst-Liebe statt Selbst-Hiebe.

Deutschland braucht den emotionalen Turnaround. Er ist wichtiger als die Frage, ob wir die Mehrwertsteuer erhöhen.

Andere Länder dieser Welt haben wahrlich existentiellere Probleme als wir und können sich trotzdem an sich selbst und ihren Besonderheiten freuen. Gehen wir doch nur über die Alpen: Eine Regierung nach der anderen, Krise nach Krise, überalternde Bevölkerung, Korruption, Mafia etc. – und trotzdem eine Lebensfreude und Sinnlichkeit, die uns geradezu magisch anzieht und verzaubert.

„Du bist Deutschland. Behandle dein Land doch einfach wie einen guten Freund. Meckere nicht über ihn, sondern biete ihm deine Hilfe an. Bring die beste Leistung, zu der du fähig bist. Und wenn du damit fertig bist, übertriff dich selbst.“ (Aus der großen „Du bist Deutschland“-Kampagne)

Jede unserer Eigenschaften hat zwei Seiten. Das ist so im Leben. Sicher haben wir eine sehr hohe Staatsquote, aber dafür funktionieren Autobahnen, Brücken und Ampelanlagen reibungslos und unsere innere Sicherheit ist vorbildlich. Sicher tanzen wir nicht Samba auf den Tischen und gelten nicht als die spontansten und ausgelassensten Menschen der Welt, aber dafür respektiert man in höchstem Maße unsere Zuverlässigkeit und Organisationsfähigkeit. Auf welchen Aspekt der jeweiligen Eigenschaft sollten wir uns wohl eher konzentrieren?

Schaffen wir die Wende zur positiven Selbstwahrnehmung, werden wir ungeahnte Innovationskraft freisetzen können. „Deutschland – Land der Ideen“, wie unser Bundespräsident formuliert und eine andere große Kampagne für unser Land visualisiert.

Dabei geht es sicherlich nicht um dumpfen Nationalstolz. Nein, eher um Dankbarkeit, ein angemessenes Selbstbewusstsein, eine konstruktive Sicht auf uns selbst und eine optimistische auf die Welt. Wie im Fußball oder beim Flirt: lieber locker als verbissen.

Hinter mir sehen Sie eine Fülle von konkretem Material zur Freude und zum Lächeln. 250 Gründe, unser Land zu lieben. Eigenschaften, Menschen, Produkte, Landschaften, Gebäude, Traditionen, Feste. Beim Sammeln sind alle Beteiligten aus dem Staunen gar nicht herausgekommen. Und entschuldigen sich schon jetzt dafür, dass Liebe immer subjektiv ist. Daher wird manchem der eine oder andere Grund fehlen, und nicht jede/-r wird jedem der vorgestellten Gründe folgen können. Es ist einfach so: Liebe und Wertschätzung entstehen durch Nähe und Kenntnis. Wer etwa Filme liebt oder Fußball, wird in diesem persönlichen Lieblingsbereich Manches vermissen, das sicherlich auch zum Besten an Deutschland gehört. Aber hätte man solch' subjektive Vorlieben vollständig bedienen wollen, müssten wir jetzt drei Tage zusammen bleiben. Und eines war bei der Auswahl wichtig: Eine Alleinstellung in der jeweiligen Kategorie muss vorhanden sein. Vorgestellt werden sollen „Der Entertainer“, „Das Volksfest“ oder „Der Wiedervereiniger“.

Mitgeholfen beim Zusammentragen haben Menschen aus ganz Deutschland. Alte und Junge, Gebildete und nicht ganz so Gebildete, Und die gesamte BILD-Redaktion mit über 800 Mitarbeitern/-innen.

Sehr hilfreich war für mich bei der Endauswahl eine hochkarätig besetzte Jury. Vom „Kaiser“ bis zum Intendanten, von der Fernsehmoderatorin bis zum Unternehmer, von der Schauspielerin bis zum Botschafter, vom Chefredakteur bis zum Vorstandsvorsitzenden reichte das Spektrum der fünfzehn großen Persönlichkeiten, die strichen und ergänzten. Jede ging mit unterschiedlicher Perspektive an die Aufgabe, aber immer mit viel Erfahrung und aus reicher Sicht auf das bundesdeutsche Leben.

Ich will hier das Beste an Deutschland heute vorstellen. „Heute“ bedeutet in etwa die Zeit seit dem Mauerfall 1989. Es will nicht in vergangenen Leistungen schwelgen,

obwohl sie wahrlich vielfach Grund genug wären, Deutschland zu lieben. Deshalb findet man weder Goethe noch Schiller, weder Beethoven noch Heine. Und ich bitte alle, die es ganz präzise haben wollen, um Nachsicht, da sich diese Grundsatzentscheidung für Aktualität natürlich nicht ganz trennscharf umsetzen lässt. Trotzdem ist sie wichtig...

Um gleich noch eine mögliche Kritik vorwegzunehmen: Mancher, der über sich selbst sagt, er sei nicht Deutscher, sondern Europäer oder gleich Weltbürger, mag mit gewissem Recht einwenden, das gesamte Prinzip Nation sei von gestern. Und wenn er damit meint, dass Deutschland seinen Ort und seine Bestimmung nur als ein Mitglied im Chor der Nationen (sei es EU oder UNO) finden kann, hat er sehr recht. Nur beziehen wir auch in Zeiten der Globalisierung unsere Identität weiterhin aus einer übersichtlicheren, organischeren und kompakteren Einheit – und das ist nun mal die Nation (oder sogar Region) mit gemeinsamer Sprache, Kultur, Geschichte und Mentalität. Ein starker Baum braucht kräftige Wurzeln.

So wird sich das anonyme und seelenlose „Made in the EU“ noch lange nicht durchsetzen gegenüber dem traditionsreichen und aussagekräftigen „Made in Germany“, auch wenn dieses korrekterweise angesichts der neuen Wertschöpfungsketten in einer globalisierten Welt eher „German Made“ heißen sollte.

Leisten wir alle unseren Beitrag, dass die Stimmung in unserem Land besser wird und wir Deutschen locker und selbstbewusst im globalen Wettbewerb bestehen. Wenn Sie alle mitmachen, wird das zweifelsohne gelingen.