

Der WirtschaftsReport

www.zielgruppen-medien.de

Dezember 2016

7. Jahrgang



© Pixabay

Abgetauchte Propheten und Hellseher

Advent und Weihnachten – die besinnliche und stude Zeit, wie man in Bayern sagt, stimmt nicht nur auf die Geburt eines Kindes vor über 2000 Jahren (nach christlichem Glauben der Erlöser) ein. Die Zeiten um die Feiertage und den Jahreswechsel hatten schon immer auch einen Bezug zum Prophetischen. Insbe-

sondere der Prophet Jesaja hat ja schon Jahrhunderte vorher die Geburt des Erlösers angekündigt.

Auch in unserer heutigen Zeit war insbesondere der Jahreswechsel die hohe Zeit der selbsternannten Experten, Meinungs- und Wirtschaftsforscher, der Institute und selbstverständlich auch der Medien, Scharlatane

und Hellseher inbegriffen. Komplette Sonderhefte und Sonderteile bemühten die Glaskugel der Weisheit: So wird das neue Jahr.

Doch dieses Jahr wurde es diesbezüglich erstaunlich still. Zu oft haben sich die „Hellseher“ blamiert.

Fortsetzung auf Seite 2:

Fortsetzung von Seite 1:

Die Meinungsbeeinflusser haben sich gerade 2016 bei ihren wichtigsten Prognosen getäuscht. Ob es die Bankanalysten waren, die mit ihren Voraussagen über die DAX-Entwicklung zum Teil total danebenlagen oder die Meinungsinstitute, die beim Brexit, den Landtagswahlen und insbesondere bei der US-Präsidentenwahl nicht eintretende Ergebnisse prognostizierten: ihre vermeintlichen fundierten Analysen hielten der Realität nicht stand. Die Entwicklung zeichnete sich übrigens schon vorher ab. Selbst eine überschaubare Angelegenheit wie das Referendum zur Olympiabewerbung Hamburgs wurde bereits 2015 falsch vorausgesagt.

WUNSCH- ERGEBNISSE?

Woran mag dies liegen? Werden Wunschergebnisse der Auftraggeber, die Stimmungen vermitteln sollen, projiziert? Dies

mag bei Momentaufnahmen zur Popularität der Parteien und deren Repräsentanten durchaus so sein. Eigentlich sind solche Erhebungen unsinnig, weil in einer geänderten Stimmungslage die Menschen, die befragt werden, nicht mehr unbedingt ihre wahre Meinung oder Entscheidung sagen. Man behält sie vorsichtshalber für sich. Für Medien, die etwa politische Stimmungsbilder durch Forschungsinstitute ermitteln lassen, können „falsche“ Prognosen zum Verlust ihrer Glaubwürdigkeit führen. Sie sind daher gut beraten, das Geld für die Institute zu sparen.

Es ist erstaunlich, dass selbst Institute wie der „Club of Rome“ mit ihren vermeintlichen wissenschaftlichen Berechnungen blamabel falsch lagen. Die Denkschmiede veröffentlichte bereits 1972 eine Studie, nach der das Öl noch für zwanzig Jahre reichen würde. Dies wäre dann 1992 gewesen... Oft sollen mit solchen unrealistischen „Prophezeiungen“ gesellschaftspolitische Weichenstellungen in eine bestimmte Richtung vorgenommen werden. Wenn dann der wirtschaftlich angerichtete Schaden aufgrund der Hiobsbotschaften da ist, müssen die Verfasser der Studien die Verantwortung ohnehin nicht mehr übernehmen. Oft sind sie längst gestorben. Um auf die Bibel und die frohe Botschaft durch Jesus zurückzukommen. Sie warnt aus-

drücklich vor falschen Propheten. Wie auch immer: Zum Jahreswechsel 2016/2017 ist es erstaunlich still mit Prognosen geworden. Irgendwann werden auch Institutionen durch Schaden klug!

MANIE RANKINGS

Nicht ganz so extrem falsch wie die Prognosen unserer Zeit, liegen die „Rankings“. Auch Rankings füllen zahlreiche Sonderseiten: Die besten Hochschulen, Kliniken und Thermalbäder; die innovativsten Städte, die besten Ski-Gebiete, Dirigenten, Orchester und Konzerthäuser. In wenigen Tagen eröffnet die Elbphilharmonie. Grund genug die Rankings für Konzertsäle neu zu definieren. Zur Eröffnung der Elbphilharmonie – eines der spektakulärsten Bauwerke Deutschlands – bringen wir in dieser Ausgabe einen Schwerpunkt. Ach ja, die beste Bratwurst wird auch schon einem Ranking unterzogen. Ein medialer Blödsinn, eine Manie.

AUS DEM INHALT

Propheten und Hellseher:
Meinungsforscher, Analysten & Co haben sich erneut 2016 köstlich blamiert – schade für das viele Geld

Medien und Internet:
Soziale Medien als kommunikativer Kanal

Die Elbphilharmonie wird eröffnet:
Ende gut alles gut?

Standortfaktor Musikstadt:
Tradition und gewachsene Strukturen

Das globale Image Deutschlands:
Anholt-GfK Nation Brands Index 2016 und die Realität

Der WirtschaftsReport www.zielgruppen-medien.de

Verlag:
Zielgruppen-Medien Verlag
Günter und Christian Spahn
Postfach 11 42; 85421 Erding b. München
Tel. 08122/48632, Fax 08122/95 70 77
E-Mail: info@zielgruppen-medien.de

Herausgeber & Chefredakteur:
Günter Spahn
guenter.spahn@zielgruppen-medien.de

Koordination & Layout:
Christian Spahn
christian.spahn@zielgruppen-medien.de

Technische Herstellung/Druck:
Westdeutsche Verlags- und Druckerei GmbH (WVD)
Kurahessenstraße 4, 64546 Mörfelden-Walldorf

Copyright:
Alle Seiten dieses Specials sind Eigentum des Zielgruppen-Medien Verlages und daher urheberrechtlich geschützt.

Medien und das Internet

> James R. Finney

Die US-Webseite Breitbart News Network will und wird vermutlich den deutschen Medienmarkt aufrollen. Allein die Ankündigung sorgt bereits sowohl in der deutschen Politik als auch in der Medienbranche für helle Aufregung. BILD schießt sich schon einmal ein. Die Plattform Breitbart würde zum Forum für rechtes Gedankengut; zumindest BILD Online eröffnete die Front: Wie „Trumps Chefstrategie gegen Deutschland hetzt“, hieß es knallig in einer Überschrift. Steve Bannon ist einer der Gründer von Breitbart und neue Reizfigur für viele Medien, denen einige Pfründe verlustig gehen. 45 Millionen US-Amerikaner würden den Dienst Breitbart lesen. Jetzt ist Bannon, der ganz wesentlich im Wahlkampfteam Trump erfolgreich beteiligt war, auch in der künftigen Administration des neuen US-Präsidenten vertreten.

Dies macht die Sache übrigens so brisant für die deutsche Politik, deren Vertreter im Regierungslager sich bemerkenswert in der Bewertung von Breitbart zurückhalten. Man kann nie wissen, wie Präsident Trump selbst die Vorgänge beurteilen würde. Aber andere Hilfstruppen gegen Breitbart formieren sich in Deutschland. Breitbart würde zur Polarisierung der Gesellschaft in Deutschland beitragen und vermutlich zusammen mit anderen sozialen Medien mitverantwortlich für den schmutzigsten Wahlkampf bei der kommenden Bundestagswahl sein. Freilich wird dabei verschwiegen, dass die Polarisierung unseres Volkes längst – ohne Breitbart – im Gange ist. Einen nicht geringen Anteil der Schuld haben nämlich die klassischen deutschen Medien selbst.

Schon bisher haben Medien und Politik ohnehin die Schuldigen für die Verrohung der Sitten im Internet ausgemacht. Das Internet entwickelte sich zum Bösewicht vieler Kreise. Facebook und Twitter: deren Chefs, so der Branchendienst Horizont, täten gut daran, mehr gesellschaftspolitische Verantwortung zu übernehmen. Wird hier eine Zensur gefordert und – viel wichtiger – wer bestimmt, was Populismus (was immer dies sein möge) ist? Doch die Schuld für die derben Aussagen in den sozialen Medien allein den Unternehmen



Facebook und Twitter zuzuschieben, greift dann doch etwas zu kurz.

VENTIL

Facebook und Twitter erfüllen lediglich eine kommunikative Ventilfunktion, nachdem offensichtlich ein Betroffenheitsjournalismus in Deutschland insbesondere im Herbst 2015 lange eine Opposition gegen Merkel & Co im Keim erstickte. Erst – und auch da zunächst sehr zögerlich – nach den Vorkommnissen der Silvester-Nacht in Köln vor einem Jahr regte sich ganz langsam Kritik in den Medien, die aber ganz schnell wieder verschwand. Wer in der Bevölkerung besorgt war, wurde in den Medien abgekanzelt. Eine kritiklose und fast gleichgeschaltete Presse gab weiten Kreisen der Bevölkerung, die Angst um ihre kulturelle Identität hat, keine Stimme mehr. Sowohl den Medien als auch den Behörden nutzte aber das Ausblenden und Verharmlosen unangenehmer Meldungen – etwa zunehmende Übergriffe und kriminelle Handlungen durch Flüchtlinge – nichts mehr, weil die Menschen eben über Twitter und Facebook kommunizierten und eine interessierte Öffentlichkeit dadurch Gehör fand.

Facebook und Twitter sowie die kommende

deutsche Webseite Breitbart (die man bitte doch einmal abwarten sollte, denn noch gibt es sie ja nicht) sind zunächst einmal ein Angebot der Kommunikation. Da gibt es zweifelsohne auch Missbräuche. Aber, und da kann man Horizont-Chefredakteur Volker Schütz nur beipflichten, die Dienste für alle möglichen und unmöglichen Entwicklungen in Deutschland verantwortlich zu machen, greift dann doch zu kurz. Kein Mensch wäre – so Schütz – auf die Idee gekommen, in den 30er Jahren des vorigen Jahrhunderts das Radio für das Emporkommen der NSDAP verantwortlich zu machen. Verantwortlich für diese Entwicklung war u.a. die Unfähigkeit und vor allem die Zerstrittenheit der Parteien in der Weimarer Republik. Allerdings, und das hat dann Schütz vergessen, wurde gerade das Radio nach der Machtübernahme gleichgeschaltet. Vorher war das Radio frei.

Deutschland hatte im Herbst 2015, als Angela Merkel die Willkommenskultur mit einer ungezügelt (und weitgehend ungeprüften) Zuwanderung ausrief, keine Opposition mehr gehabt. Das Volk wurde nicht gefragt. Die Medien waren voller Euphorie. Insofern waren (und sind) Facebook und Twitter ein Regulativ der Meinung vieler Bürger(innen) gewesen. Internetbasierte Soziale Medien wie Facebook, Twitter, Instagram, Google + oder Youtube – um einige zu nennen – transportieren lediglich Stimmungen und Meinungen, aber keine Entscheidungen. Diese treffen bei Wahlen die Stimmberechtigten bitteschön schon noch selbst.

Hamburg und die Elbphilharmonie

> Sven Skoglund

Hamburg ist voller Euphorie, Hamburgs Medien sind „aus dem Häuschen“ und überbieten sich mit enthusiastischen Überschriften. Selbst das Magazin „Stern“ titelte voller Lokalstolz: „Mit der spektakulären Elbphilharmonie wird die Hansestadt zur Weltmetropole“ und für „BILD“ ist Hamburgs neues Wahrzeichen der „beste Konzertsaal der Welt.“ Was nur ist in der sonst so nüchternen Freien und Hansestadt Hamburg passiert?

Eine schier unendliche Geschichte, der Bau der Elbphilharmonie, hat sich jetzt schlussendlich zum Guten gewendet. Als Gebäude ist die Elbphilharmonie die neue Duftmarke für Hamburg und weit darüber hinaus; ähnlich wie vielleicht das Sydney Opera House, das es bereits 2007 in die Aufnahme zum UNESCO-Welterbe geschafft hat. Das jetzt in Hamburg in Betrieb genommene – die ersten Festkonzerte sind am 13. Januar 2017 – Gebäude war von Anfang an mit Skandalen behaftet. Die Kosten stiegen astronomisch auf 789 Millionen Euro; mit dem in das Projekt integrierten Hotel und den Luxuswohnungen dürften sogar 900 Millionen Euro verbaut worden sein.

Die Planungen begannen 2003 und 2010 sollte die Elbphilharmonie fertig sein. Daraus wurde nichts. Durch zahlreiche Streitereien stand das Gebäude am Abgrund. Die Weltfirma Hochtief stellte sogar zweitweise den Bau ein, weil sie Bedenken bei der Sicherheit des Tragwerkes für das Dach hatte. Hochtief bestand auf Verbesserungen und Anpassungen. Diese wurden dann auch vorgenommen. Doch heute ist alles Vorgehenheit – in der Entwicklung und Vorphase und die ausufernden Kosten sind vergessen.

Bereits bei der Übergabe der sogenannten „Plaza“ am 5. November 2016 hob Olaf Scholz – Erster Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg – die Bedeutung der Elbphilharmonie als Haus für alle hervor: „Hamburg hat jetzt eines der besten Konzerthäuser der Welt.“ Haus für alle, dies unterstreicht in der Tat die Plaza, die als öffentlicher Platz und Aussichtsplattform konzipiert wurde. Sie befindet sich in 37 Meter Höhe zwischen dem historischen Backsteinsockel und dem gläsernen Neubau. Hinauf geht es mit einer 80 Meter langen Rolltreppe. Eine weitere kleine Rolltreppe führt dann zur eigentlichen Plaza, die einen Außenrundgang um das Gebäude ermöglicht

und fantastische Ausblicke auf Stadt und Hafen ermöglicht.

Marcelino Fernández Verdes, Konzernchef der bauausführenden Hochtief AG, ging auf die Schwierigkeiten während des Baus ein: „Die ingenieurtechnischen Anforderungen bei der Errichtung der Elbphilharmonie waren immens. Das zeigte sich in fast jeder Phase des Baus. Entstanden ist ein Bau, der das nicht nur die Hamburger, sondern alle Besucher der Stadt faszinieren wird“, sagte Verdes.

HERAUSFORDERUNGEN

Die enormen Herausforderungen beim Bau kann am „Großen Saal“, Herz der Philharmonie, festgemacht werden. Dem Konzept der Weinberg-Architektur folgend, befindet sich das Orchester in der Mitte des Saales, während die Ränge zu einem steilen Zuhörerkessel ansteigen: eine bauliche Meisterleistung, denn aus Schallschutzgründen ruht der 12.000 Tonnen schwere Saal auf seiner äußeren Schale auf 362 Stahlfederpaketen und ist damit vom restlichen Gebäude entkoppelt.

Die Elbphilharmonie hat mit dem ursprünglichen Kaispeicher A nur noch Teile der Backsteinoptik gemein. Entgegen der ursprünglichen Planung musste der Speicher vollkommen entkernt werden. Der komplette Aufbau ruht auf 428 Stahlfedern. 1745 Pfähle mussten in den Baugrund gerammt werden. Eine enorme Herausforderung war auch das 7.000 qm große Konzerthaus-Dach. Unter der Dachkonstruktion verbirgt sich das aufwendige Stahlfachwerk, das den großen Konzertsaal stützenfrei trägt. Insgesamt wiegt allein Das Dach 8.000 Tonnen.

Im Gegensatz zur Backsteinfassade des ehemaligen Kaispeichers verwandelt die Glasfassade den aufgesetzten Baukörper der Philharmonie in einen riesigen Kristall mit einem immer wieder neuen Erscheinungsbild. Hamburg hat jetzt sein Prestige-Projekt. Ob die Elbphilharmonie der Stadt zum internationalen Durchbruch als führendes internationales Zentrum der klassischen Musik verhilft, muss abgewartet werden. Da liegen – etwa im Vergleich zu Wien oder New York – doch noch Welten. Denn ein prächtiger Konzertsaal ist die eine Seite, die Qualität der Orchester eine andere (siehe auch „Die Konkurrenz ist gross“).

TECHNISCHE DATEN

Höhe 110 Meter, 26 Etagen

Großer Konzertsaal: 2.100 Plätze (Weinberg-Architektur)

Kleiner Konzertsaal: 550 Plätze

Integriert im Gebäudeensemble

45 Wohnungen

Ein Fünf-Sterne-Hotel

Eine öffentliche Plaza in 37 Meter Höhe

Gesamtgebäudegewicht: 220.000 Tonnen

Verbauter Stahl: 18.000 Tonnen

Verbauter Beton: 63.000 Kubikmeter

Gesamtkosten: 866 Mio. Euro

Öffentlicher Anteil: 789 Mio. Euro (Steuergelder)

© Elbphilharmonie



Die Elbphilharmonie: Atemberaubend schön – eine großartige Referenz auch für die HOCHTIEF AG.

© Elbphilharmonie

KONZERTSÄLE UND ORCHESTER

Die Konkurrenz ist groß

> Günter Spahn

Hamburg feiert seine Elbphilharmonie. Der Anspruch ist groß, die Erwartungen auch, doch die Konkurrenz mit dem Anspruch einer führenden Musikstadt schläft nicht. Fast zeitgleich mit der Elbphilharmonie entstand in Paris die „Philharmonie de Paris“ mit einem spektakulären Konzertsaal mit 2.300 Plätzen durch den Stararchitekten Jean Nouvel. Die Akustik – so Kritiker – setze Maßstäbe. Auch die Ewige Stadt meldet Ansprüche an. Neben dem schon vor einigen Jahren eingeweihten Auditorium Parco della Musica (Architekt Renzo Piano) wurde vor 10 Wochen im EUR-Viertel der Stadt

Rom ein im Vergleich zur Elbphilharmonie nicht minder spektakuläres Zentrum mit einem integrierten Konzertsaal, La Nuvola (Die Wolke), eingeweiht. Die futuristische Konstruktion des Architekten Massimiliano Fuksas beeindruckt schon äußerlich mit seiner Größe von 175 Meter Länge und 70 Meter Breite.

Und auch die (gleichwohl „europäisch“ und hypermodern wirkend) argentinische 12 Millionen-Weltmetropole Buenos Aires erinnert an ihren hohen weltweiten Musik- und Kulturanspruch. Für 700 Millionen Euro (man übertrage diese Summe bei den dortigen Stundenlöhnen auf Hamburg ...) entstand das größte Kulturzentrum Südamerikas, das riesige „Centro Cultural Kirchner“, mit dem in

einem Prachtgebäude integrierten freischwebenden Konzertsaal, dem „Blauen Wal“. Die Orgel stammt vom Bonner Orgelbauer Klais. Geld spielte offenbar in dem ansonsten klammen Argentinien keine Rolle. Buenos Aires hat gleichzeitig mit dem weltberühmten Teatro Colon einen Anziehungspunkt. Mit über 3.000 Plätzen gehört das Opernhaus nach wie vor zu den führenden Bühnen der Welt. Stardirigent Daniel Barenboim gastiert ständig in Buenos Aires.

Aber auch in Deutschland selbst wird kräftig in die Kultur investiert. Im April erhält die Dresdner Philharmonie eine Heimat im neuen Konzertsaal (mit Konzertorgel) im ehemaligen Kulturpalast, der großzügig umgebaut wurde. Die Dresdner Philharmonie begrün-

det zusammen mit der Sächsischen Staatskapelle (Semperoper) den wieder hohen Rang der Musikstadt Dresden. Eine ebenfalls – dies erinnert an den Bau der Elbphilharmonie – unendliche Geschichte ist die Generalsanierung der Staatsoper Unter den Linden in Berlin. Inzwischen ist man bei 400 Millionen Euro Baukosten angekommen.

Schließlich, wie könnt es auch anders sein, plant auch Deutschlands führende Musikstadt München (drei Weltklasse-Orchester: Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks, Bayerisches Staatsorchester und Münchner Philharmoniker) einen neuen Konzertsaal. Das riesige Zentrum Gasteig hat akustische Probleme und der Herkulessaal in der Residenz gilt als zu klein. Nicht wenige Musikkritiker sagen in München, dass man die Entwicklung in Hamburg abwarten wollte, um dann wieder die Maßstäbe in Deutschland auch in Sachen Konzertsaal zu setzen.



Los Angeles begrüßt mit seiner beeindruckenden „Walt Disney Concert Hall.“

© Pixabay

ANSPRÜCHE

Hamburg will jetzt mit der Elbphilharmonie eine führende Musikstadt werden. Generalmusikdirektor Kent Nagano sieht für diesen Anspruch die Stadt gerüstet. Man habe jetzt den besten Konzertsaal der Welt. Dies wird man freilich in Paris, vor allem auch in Wien mit dem traditionsreichen Saal der weltberühmten Neujahrskonzerte und insbesondere bei

der „Grande Dame“ der Konzertgebäude, dem Concertgebouw Amsterdam mit einem der besten Orchester der Welt, dem Royal Concertgebouw Orchestra, energisch bestreiten. Und nicht nur dort, sondern auch in den Vereinigten Staaten, deren „Big Five“ Orchester zum Teil in großartigen Konzertsälen spielen. Ein spektakuläres Konzertgebäude mit einer geradezu phantastischen Akustik befindet sich mit der Walt Disney Concert Hall in Los Angeles (Spielstätte des berühmten Los Angeles Philharmonic).

Hamburg ist eine erfolgreiche und schöne Stadt, geprägt von Kaufleuten, die die Elb-

metropole zu einer führenden Handelsstadt – Basis war und ist der Hafen – machten. Aber Hamburg hat nicht die Tradition einer Musikstadt wie beispielsweise Wien, in der mehr berühmte Komponisten gelebt und gewirkt haben als in irgendeiner anderen Stadt. Kultur, insbesondere die klassische Musik, braucht als Fundament die Tradition. Tradition kann weder erkaufte noch „erbaut“ werden. Selbst das kleine Salzburg hat nicht zuletzt durch seine weltberühmten Festspiele und Festspielhäuser in der Welt der Welt der klassischen Musik einen international führenden Ruf, der seine Wirkung auf die besten Sängerinnen und Sänger nie verfehlen wird. Ein derartiges Standing kann Hamburg auch mit einer gelungenen Elbphilharmonie nicht aufholen. Die Stadt wäre gut beraten, hier keine falschen Vorstellungen aufkommen zu lassen.

Ohnehin kann ein schönes Konzertgebäude ein zwar wichtiger Imagerträger sein; zum Ruf einer Musikstadt der Klassik gehört aber mehr, nämlich der Ruf der Klangkörper. Das „Hausorchester“ der Elbphilharmonie ist das 1945 gegründete NDR Sinfonieorchester, das 2016 zum NDR Elbphilharmonie Orchester umgetauft wurde. Man wertet das Orchester sicher nicht ab, wenn man feststellt, dass der Klangkörper nicht in der ersten Liga spielt. Als Deutschlands führende Orchester gelten derzeit: Berliner Philharmoniker, Gewandhaus Orchester Leipzig, Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks, Bayerisches Staatsorchester, Staatskapelle Dresden, Staatskapelle Berlin und die Münchner Philharmoniker.



Die Oper von Sydney gehört zu den faszinierenden Kulturbauten der Welt.

© Pixabay

Image Deutschlands im globalen Ranking



Ein Imageträger für Deutschland – Köln mit Dom und Hohenzollernbrücke.

© Pixabay

> Hanns Alpow

Wieder ein neues Ranking! Der „Anhold-GfK Nation Brands Index 2016“ attestiert in einer Studie

Deutschland in der weltweiten Wahrnehmung für 2016 den zweiten Platz hinter den Vereinigten Staaten und noch vor so attraktiven Ländern wie Kanada (5. Platz) und der Schweiz (8. Platz). Doch bereits hier stutzt der Leser. Das Land der Eidgenossen, Insel der Seligen in unruhiger werdenden Zeiten und einer der weltweit bevorzugten Staaten als Wohnort vermögender Menschen, sechs Plätze hinter Deutschland? Allein dieses Beispiel wirft Fragen auf.

Immerhin steht hinter der Imagestudie die Nürnberger GfK als größtes deutsches Marktforschungsinstitut. Doch dies allein muss die Studie nicht glaubwürdiger machen. Die Nürnberger ermittelten die Studienergebnisse in Zusammenarbeit mit dem Politikberater Simon Anhold. Befragt wurden in 20.353 Online-Interviews Personen ab 18 Jahren in 20 Ländern. Dies sind statistisch pro Land 1.000 Personen – nicht viele Bürger(innen) – um einen repräsentativen Querschnitt zu erhalten. Ein weiteres Kriterium in Befragungen waren die Kategorien Exporte,

Regierung, Kultur, Bevölkerung, Tourismus und Immigration/Investition. Die Erhebung wurde vom 7. bis zum 25. Juli 2016 erhoben und kann schon aus diesem Grund nicht den Anspruch einer Bewertung für das gesamte Jahr 2016 haben.

WELCHE KRITERIEN

Es fehlen also wesentliche Kriterien wie die innere Sicherheit, das weltweite politische Ansehen und das militärische Gewicht, die für das Image eines Landes eine hohe Bedeutung haben. Auch die Lebensqualität und das pro Kopf-Einkommen der Menschen spielen eine wichtige Rolle. Zu unterscheiden ist schließlich die Meinung von Laien und politischen Repräsentanten. So hat z.B. das Image Deutschlands in den osteuropäischen Ländern aus Sicht der dortigen Regierungen stark gelitten (z.B. Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn). Inzwischen geben vereinzelte Länder sogar Reisewar-

nungen an ihre Bürger aufgrund der Sicherheitslage in Deutschland heraus. Auch das in der Anhold-GfK-Befragung herausgehobene Kriterium Immigration wird z.B. in Bezug auf Deutschland im Ausland eher negativ bewertet. Die Immigrationspolitik Deutschlands wurde ganz im Gegenteil in Großbritannien zu einer entscheidenden Hilfe für die Brexit-Befürworter bei der Volksbefragung.

Umgekehrt fehlt im jetzt veröffentlichten Image-Ranking der Länder ein so beliebtes und starkes Land wie Norwegen. Das skandinavische Königreich gehört – gemessen auch am pro Kopf-Einkommen – zu den wirtschaftlich stärksten Volkswirtschaften und ist ein touristisches Vorzeigeland. Über Deutschlands südliches Nachbarland Schweiz noch viele Worte zu verlieren ist eigentlich unnötig. Die Schweiz war, ist und bleibt ein politischer Stabilitätsanker, der auch durch die starke Sogwirkung auf Ausländer dokumentiert wird. Die Schweiz gehört zu den bevorzugten Ländern, in denen deutsche Auswanderer – hochqualifizierte Akademiker und Fachkräfte – eine neue Perspektive aufbauen wollen.

Alles in allem ist das neue Image-Länder-Ranking mit vielen Fragezeichen zu sehen. Wem soll es nützen?

Länderranking

Anhold-GfK Nation Brands

Index 2016

1. USA
2. Deutschland
3. Vereinigtes Königreich
4. Kanada
5. Frankreich
6. Italien
7. Japan
8. Schweiz
9. Australien
10. Schweden