

Analyse

Ronald Meinardus

Mehr Sonne als Schatten

Das Griechenlandbild der Deutschen und die Asymmetrie der Wahrnehmungen

Abstract:

More Sun than Shadow: German Perceptions of Greece and the Asymmetry of Perceptions

This article analyses mutual perceptions in German-Greek relations based on a representative survey conducted in Germany (2025), complemented by survey data from Greece (2022, 2024), with a particular focus on the image of Greece among the German public. The findings show that Greece is perceived predominantly positively in Germany: roughly two-thirds of respondents express a favourable view of the country. This perception is shaped primarily by tourism-related experiences, cultural associations, and personal contacts, while political conflicts, economic crises, or historical grievances play only a minor role. At the same time, a comparison with survey data from Greece reveals a pronounced asymmetry in perceptions. While Germans tend to evaluate Greece mainly through individual experiences, perceptions of Germany in Greece are more strongly shaped by political considerations. These views are influenced in particular by the memory of the German occupation of Greece during World War II, Berlin's role during Greece's financial crisis, and Germany's positioning in Greek-Turkish tensions – therefore, largely negative. Despite a noticeable improvement in Greeks' perceptions of Germany since 2022, an asymmetry in perceptions persist.

Dr. Ronald Meinardus

lebt in Athen und ist Senior Research Fellow und Koordinator für Forschungsprojekte zu den griechisch-deutschen Beziehungen bei der Hellenischen Stiftung für Auswärtige und Europäische Politik (ELIAMEP). Der gelernte Journalist kommentiert und analysiert überwiegend für griechische Medien das Weltgeschehen. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte sind die griechisch-türkischen Beziehungen, Entwicklungen im östlichen Mittelmeerraum sowie das deutsch-griechische Verhältnis.

Kontakt: Ronald@Meinardus.info

Die Umfrage, die dem Text zugrunde liegt, wurde durch die Unterstützung folgender Institutionen ermöglicht: Deutsch-Griechischer Club Bamberg e.V.; Deutsch-Hellenische Wirtschaftsvereinigung DHW Köln; Deutsch-Griechischer Verein Philadelphia Athen. Der Beitrag wurde fertig gestellt im März 2026.

Einleitung: Zwei Wahrnehmungen, ein Verhältnis

„Die bilateralen Beziehungen zwischen Griechenland und Deutschland sind heute stärker als je zuvor“, sagte der griechische Finanzminister Kyriakos Pierrakakis im Anschluss an seine Gespräche mit seinem deutschen Amtskollegen Lars Klingbeil Ende November 2025 in Berlin.¹ Wenig später wurde der griechische Finanzminister mit maßgeblicher Unterstützung der Bundesregierung zum Vorsitzenden der Eurogruppe gewählt, dem einflussreichen Gremium der Finanzministerinnen und Finanzminister der Euro-Staaten, das die wirtschafts- und haushaltspolitische Koordinierung innerhalb der Eurozone abstimmt.

Wie wenige andere Ereignisse symbolisiert die Wahl des griechischen Politikers in diese herausragende Position die Emanzipation Griechenlands vom finanz- und wirtschaftspolitischen Sorgenkind zum kontinentalen Musterschüler. Deutsche Beobachtende aus Politik, Diplomatie, Presse, Funk und Fernsehen sind voll des Lobes für die Reformpolitik der konservativ-liberalen Regierung in Athen. In den zurückliegenden Jahren erleben wir einen Stimmungswandel mit erheblichen positiven Auswirkungen auf das zwischenstaatliche Verhältnis. „Griechenland und Deutschland begegnen sich heute auf Augenhöhe“, bringt Andreas Kindl, Deutschlands Botschafter am Fuße der Akropolis, zum Jahresende 2025 die politisch-diplomatische Befindlichkeit auf den Punkt.² Das war nicht immer so: Deutschland und Griechenland blicken auf eine wechselhafte Beziehung zurück – ein Verhältnis mit Höhen, aber auch abgründigen Tiefen.

Griechenland und Deutschland sind Partner in der Europäischen Union und in der NATO, wirtschaftlich eng verflochten und durch vielfältige gesellschaftliche und kulturelle Kontakte verbunden. Zugleich war das Verhältnis in den vergangenen Jahrzehnten erheblichen Belastungen ausgesetzt. Die deutsche Besatzung Griechenlands im Zweiten Weltkrieg, die Finanzkrise der 2010er Jahre und – indirekt, aber von erheblicher Wirkung – die wiederkehrenden Spannungen zwischen Griechenland und der Türkei und die entsprechende deutsche Positionierung bilden den Bodensatz für ein alles andere als störungsfreies Verhältnis. Wer die Qualität der bilateralen Beziehungen ergründen will, sollte sich nicht allein auf die Erklärungen der Regierungen oder die Handelsstatistiken stützen. Wie die Bevölkerungen beider Länder einander wahrnehmen, ist und bleibt in den beiden Demokratien von erheblicher Bedeutung. Nationale Wahrnehmungen und Stereotype prägen Einstellungen und Erwartungen; sie beeinflussen politische Handlungsspielräume und wirken langfristig auf das Klima zwischen den Staaten zurück.

Bei der Erforschung der öffentlichen Meinungen zum deutsch-griechischen Thema herrscht ein krasses Missverhältnis: Während in Griechenland seit zwei Jahrzehnten regelmäßig repräsentative Umfragen zum Deutschlandbild durchgeführt wurden, fehlte lange Zeit eine systematische Erhebung zur Wahrnehmung Griechenlands in Deutschland. Die hier zusammengeführte Analyse basiert auf zwei eigenständigen, repräsentativen Umfrageprojekten: zwei großangelegten Befragungen in Griechenland (Oktober 2022 und Juli 2024) zum Bild Deutschlands, die seitens des Athener Büros der Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) gefördert wurden, sowie einer Erhebung in Deutschland zum Bild Griechenlands (6.–17. März 2025 mit

1 ERT News, 24.11.2025.

2 TA NEA, 13.12.2025 – Interview mit Georgios Pappas.

1.002 Befragten), die durch einen Zuschuss deutsch-griechischer Organisationen möglich gemacht wurde und die es in dieser Form zu keinem Zeitpunkt zuvor gegeben hat.³

Die gegenseitigen Wahrnehmungen sind nicht spiegelbildlich. Vielmehr besteht eine deutliche Asymmetrie. Die Deutschen blicken überwiegend wohlwollend und emotional positiv auf Griechenland. In Griechenland hingegen ist das Deutschlandbild weitaus weniger wohlwollend und von historischen, politischen und sicherheitspolitischen Konfliktlinien geprägt. Nach wie vor trennen tiefe Gräben die deutschen und griechischen Wahrnehmungen bei Themen, die vor allem der griechischen Seite am Herzen liegen.

Griechenland durch die Brille von Urlaubenden: Sehnsuchtsort statt Krisenstaat

Die Assoziationen deutscher Befragter zu Griechenland zeichnen ein konsistentes Bild; sie decken sich in hohem Maße mit den Botschaften, die wir aus den Hochglanzbroschüren der Reiseveranstalter kennen. Wenn Deutsche an Griechenland denken, haben sie zuallererst ein schönes Urlaubsland vor Augen. An erster Stelle stehen Begriffe wie „Meer“, „Sonne“ und „warmes Wetter“. Es folgen kulinarische Stichworte – Souvlaki, Tzatziki, Feta – sowie „Gastfreundschaft“ und „Urlaub“. Erst mit deutlichem Abstand werden „Geschichte“, „Kultur“, „Mythologie“ oder konkrete Sehenswürdigkeiten genannt. Politische oder wirtschaftliche Begriffe wie „Krise“, „Armut“ oder „Staatspleite“ erscheinen auf den hinteren Rängen (siehe Abb. A). Zehn Jahre nach dem Höhepunkt der Finanzkrise ist das negative Vokabular weitgehend aus dem kollektiven Gedächtnis verschwunden. Griechenland wird von der großen Mehrheit der Deutschen nicht als Problemfall wahrgenommen, sondern durch die Brille von zufriedenen Feriengästen.

Entsprechend fällt die Gesamtbewertung aus: 66 Prozent der Befragten geben an, ein „sehr positives“ oder „positives“ Bild von Griechenland zu haben; lediglich acht Prozent äußern sich negativ. Besonders jüngere Menschen bewerten Griechenland überdurchschnittlich positiv. Passend zu diesem kollektiven Wohlwollen fallen die Meinungen in Bezug auf die Qualität der deutsch-griechischen Beziehungen aus: 60 Prozent der Befragten sind der Meinung, diese seien „gut“ oder „sehr gut“. Nur sieben Prozent halten die Beziehungen für schlecht.

Massentourismus als prägendes Erfahrungsfeld

Der wichtigste Faktor für diese positive Wahrnehmung ist der Tourismus. 88 Prozent der Befragten geben an, dass persönliche Reiseerfahrungen entscheidend für ihre Meinungsbildung seien, wobei fast die Hälfte des Samples (46 Prozent) angeben, Griechenland selbst bereist zu haben. Die überwältigende Mehrheit der Hellas-Besucherinnen und Besucher ist mit einer „sehr positiven“ (51 Prozent) oder „positiven“ (38 Prozent) Meinung nach Deutschland zurückgekehrt. Die Motive für die Reise decken sich mit den spontanen Assoziationen: Wetter, Gastfreundschaft, Küche und Preis-Leistungs-Verhältnis stehen im Vordergrund. Für ältere Deutsche spielt das warme Klima eine zentrale Rolle, während jüngere stärker auf

3 Ronald Meinardus, *Partners, not Friends: Greek Public Opinion(s) on Germany* (Policy brief FES Athen, November 2022); Ders., *Evolving Perceptions: The Gradual Transformation of Germany's Image in Greece* (Policy brief FES Athen, September 2024); Ders., *Griechenland mit deutschen Augen: Jenseits der Stereotypen in den deutsch-griechischen Beziehungen* (FES, September 2025). Letztgenannter Bericht beruht auf der Umfrage: Kapa Research, *The Image of Greece in Germany: How Do Germans Perceive Greece in 2025?* (Kapa Research, 2025).

wirtschaftliche Aspekte achten. Als Urlaubsziel liegt Griechenland bei den Deutschen im Trend: Im Jahr 2024 haben sie ihren eigenen Rekord gebrochen, über 5,4 Millionen Deutsche besuchten das Land im Südosten Europas – im Vergleich zum Vorjahr ein Anstieg von knapp 15 Prozent.⁴ Hellas liegt bei Besuchern aus Deutschland zwar hinter Spanien und Italien, die Wachstumsdaten weisen hingegen seit Jahren nach oben.

Abbildung A: **Welche drei Begriffe fallen Ihnen als Erstes ein, wenn Sie an Griechenland denken?**
(Offene Frage, bis zu drei Nennungen möglich)

Begriff	Anteil	
Meer, Sonne, warmes Wetter	48%	
Essen (Souvlaki, Tzatziki, Feta)	31%	
Schönes Land – gastfreundliche Menschen	27%	
Urlaub	18%	
Geschichte – Kultur – Mythologie	15%	
Eine Insel	12%	
Getränke (Ouzo, Wein, Metaxa)	10%	
Sehenswürdigkeiten (Akropolis, Olympia, Tempel)	10%	
Krise – Armut – Staatsbankrott	9%	
Eine Stadt oder Region	7%	
Sonstiges	21%	
Keine Antwort	9%	

Alle Abbildungen in diesem Artikel: *The Image of Greece in Germany, März 2025, Kapa Research*

„Die griechische Fremdenverkehrszentrale EOT kommuniziert in ihrer Werbung ein Image von Griechenland, das sich auf die Schönheit der Natur, die reiche Geschichte und Kultur sowie die Gastfreundschaft der Griechen konzentriert. Ziel ist es, Griechenland als erstklassiges Reiseziel zu präsentieren und die Touristenzahlen zu steigern“, erklärt das EOT-Büro in Frankfurt auf Anfrage.⁵ Für die griechischen Marketingverantwortlichen ist es ein erfreulicher Befund: Das von ihnen angestrebte Image des „Produkts“ Griechenland entspricht in hohem Maße jenem idealisierten Postkartenmotiv, das in weiten Teilen der deutschen Bevölkerung fest verankert ist. Gerade für viele Deutsche der älteren Generation besitzt Griechenland zudem den Charakter eines Sehnsuchtsortes. Seit Jahren nimmt die Zahl deutscher Ruheständler zu, die ihren Lebensabend dort verbringen möchten. Nicht wenige von ihnen haben in Wohneigentum investiert. Einer Studie aus dem Jahr 2022 zufolge erwägen mehr als 250.000 deutsche Rentner und Rentnerinnen, in Hellas ein Haus oder eine Wohnung zu kaufen.⁶

Die Begeisterung für Griechenland hat in Deutschland eine lange Tradition. Bereits Johann Wolfgang Goethe, der das „Land der Griechen mit der Seele suchte“, ohne es – anders als die Millionen Touristen von heute – jemals selbst zu betreten, gilt als prominentes Beispiel

4 Bank of Greece, *Developments in the balance of travel services: December 2024* (21. Februar 2025).
5 Schriftliche Mitteilung an den Verfasser.
6 *Kathimerini*, 13. Oktober 2022.

dieser Philhellenismus-Tradition.⁷ In der Gegenwart ist das klassizistisch verklärte Griechenlandbild allerdings vielfach den Narrativen eines kommerzialisierten Massentourismus gewichen. Trotz berechtigter Kritik an dessen Schattenseiten schafft der Fremdenverkehr in millionenfacher Wiederholung Räume für direkte Begegnungen zwischen Menschen unterschiedlicher Herkunft. Man könnte dieses Phänomen wohlwollend als eine Form von „People-to-People Diplomacy“ bezeichnen. Für die Wahrnehmung der Beteiligten bleiben diese millionenfachen Kontakte nicht folgenlos, wie die vorliegende Studie empirisch zeigt. Für das Griechenlandbild in Deutschland stellt der Massentourismus den mit Abstand wichtigsten Einflussfaktor dar. Nahezu neun von zehn Befragten geben an, dass eine Reise nach Griechenland für ihre persönliche Meinungsbildung über das Land (sehr) bedeutsam sei. Noch höher ist der Anteil jener, die ihren Aufenthalt rückblickend als (sehr) positiv bewerten: 89 Prozent der Deutschen berichten von guten Erfahrungen während ihres Griechenlandbesuchs.

Für Griechenland selbst stellt der Massentourismus damit die zentrale Ressource seiner Soft Power dar – also jener Fähigkeit eines Staates, durch Anziehungskraft statt durch Zwang oder militärische Mittel Einfluss auszuüben. Für die Deutschen wiederum sind die zahlreichen Urlaubsreisen der ausschlaggebende Grund, weshalb sie gegenwärtig ein so positives Bild von Land und Bevölkerung haben.

(Fehlende) politische Dimensionen im deutschen Griechenlandbild

Im deutschen Griechenlandbild dominieren klare, meist positive Zuschreibungen; Zwischentöne bleiben selten. Politische Verwerfungen, ökonomische Krisen oder historische Belastungen passen kaum zu der Vorstellung eines Ferienparadieses – und spielen keine oder allenfalls eine geringe Rolle. Bemerkenswert ist, dass ein Jahrzehnt nach dem Höhepunkt der Schuldenkrise nur noch rund jede/r Zehnte in Deutschland Begriffe wie „Krise“ oder „Pleite“ mit Griechenland verbindet. Bei Jüngeren ist diese Assoziation noch schwächer ausgeprägt. Das deutet darauf hin, dass selbst stark negative Stereotype verblassen können. Zwar prägten in den 2010er Jahren Berichte über Misswirtschaft oder Korruption die deutsche Berichterstattung.⁸ Mit der graduellen wirtschaftlichen Gesundung in Griechenland, die mit dem Regierungsantritt unter Führung der Nea Dimokratia (ND) im Jahr 2019 einsetzt, ist der negative Ton weitgehend aus den deutschen Medien verschwunden. Es ist davon auszugehen, dass der Stimmungswandel in Presse, Funk und Fernsehen und der heute überwiegend positive – in wirtschaftlichen Fragen bisweilen gar überschwängliche – Duktus zu dem überwiegend positiven Bild Griechenlands in der deutschen Bevölkerung beigetragen hat.⁹ Vergangene Konflikte zwischen beiden Ländern sind im deutschen Alltagsbewusstsein nur randständig präsent. Während in Deutschland eine gewisse Bereitschaft zum Vergessen erkennbar ist, wirken historische Erfahrungen mit Deutschland in Griechenland deutlich stärker nach, wie diese und frühere Untersuchungen zeigen.

7 Siehe hierzu ausführlich Anastasia Antinopoulou, Michael Hofmann und Theano Traka, Hg., *Deutsche Griechenland-Diskurse und Griechisch-Deutscher Kulturtransfer* (Verlag Königshausen und Neumann, 2025).

8 Siehe Joana Papageorgiou, „Wie die Krise Griechenlands Image verändert“, *Diablog*, 4. Juni 2016 mit weiterführenden Literaturhinweisen.

9 Kyriakos Pierrakakis, „Griechenland wird zum Vorbild für Deutschland“, *Handelsblatt*, 27. November 2025.

Die Asymmetrie der Wahrnehmungen

Ein Vergleich beider Wahrnehmungen offenbart ein deutliches Symmetrieproblem: Die Zusammenschau der demoskopischen Daten belegt, dass zwei Drittel der Deutschen eine gute Meinung von Griechenland haben. Auf der anderen Seite – und hier zeigt sich die Asymmetrie – urteilt nur etwa ein Drittel der befragten Griechinnen und Griechen positiv über Deutschland. Wichtige Daten im Einzelnen: Laut der Umfrage zum Bild Deutschlands in Griechenland vom Juni 2024 äußern 31 Prozent der Befragten eine positive Haltung gegenüber Deutschland. Im Vergleich zur Erhebung vom Oktober 2022 – damals lag dieser Wert bei 16 Prozent – hat sich der Anteil der positiven Einschätzungen nahezu verdoppelt. Gleichzeitig, das liegt auf der Hand, ist der Anteil der Griechinnen und Griechen mit negativer Einstellung zu Deutschland deutlich zurückgegangen: von 57 Prozent auf zuletzt 40 Prozent. In historischer Perspektive entspricht Deutschlands „Beliebtheit“ in Griechenland im Sommer 2024 ungefähr dem Niveau des Jahres 2010, also der Anfangsphase der Finanzkrise, als 29 Prozent der Bevölkerung ein positives Deutschlandbild hatten.

Besonders auffällig ist in den aktuellen Daten der Zusammenhang zwischen dem Bildungsgrad der Befragten und ihrer jeweiligen Sympathie für Deutschland: Je höher der schulische Abschluss, desto größer die Zustimmung zu Deutschland. Während lediglich 16 Prozent der Personen mit einfachem Schulabschluss Deutschland positiv bewerten, liegt dieser Anteil bei Personen mit Hochschulabschluss mit 50 Prozent nahezu dreimal so hoch. Auch mit Blick auf parteipolitische Präferenzen liefern die Daten aufschlussreiche Ergebnisse. Mit Abstand die größte Gruppe von Deutschland-Befürwortenden findet sich statistisch bei jenen Menschen, die bei den Europawahlen am 9. Juni 2024 für die ND gestimmt haben. 45 Prozent von ihnen äußern eine positive Meinung über Deutschland. Bei den Anhängerinnen und Anhängern der Panhellenischen Sozialistischen Bewegung (PASOK) beträgt dieser Anteil 36 Prozent, bei denen von SYRIZA, der „Koalition der Radikalen Linken“, die das Land mit ihrem Anführer Alexis Tsipras zwischen 2015 bis 2019 regiert hat, liegt er bei 25 Prozent.

Abbildung B: **Asymmetrie der Wahrnehmungen**



Bemerkenswert in Bezug auf die Parteipräferenzen ist der Vergleich mit der Erhebung von 2022. Damals bekundeten lediglich 19 Prozent der ND-Anhänger Sympathie für Deutschland. Dieser Wert hat sich inzwischen mehr als verdoppelt und spiegelt damit den allgemeinen Trend wider, der sich durch die gesamte Studie zieht. In Deutschland speist sich das positive Urteil gegenüber Griechenland vor allem aus unpolitischen „Wohlfühlthemen“. In Griechenland, dafür liefern die Erhebungen hinreichend Belege, dominieren die politischen Fragen. Problematisch wird es vor allem dann, wenn es im deutsch-griechischen Kontext um politische Fragen geht, die in beiden Ländern unterschied-

lich, ja kontrovers diskutiert werden. Dabei geht es im Wesentlichen um drei Themenkomplexe: die Aufarbeitung der deutschen Besatzungsverbrechen, die Rolle Deutschlands in der Finanzkrise sowie die deutsche Positionierung in den griechisch-türkischen

Konflikten. So bekennen sich zwar 40 Prozent der Deutschen zu einer historischen Verantwortung gegenüber Griechenland für die im deutschen Namen begangenen Verbrechen während des Zweiten Weltkrieges. Gleichzeitig lehnen indes nur 17 Prozent die restriktive Haltung der deutschen Regierung in der Reparationsfrage ab. In Griechenland hingegen führen über drei Viertel der Befragten (77 Prozent) ihre negative Sicht auf Deutschland gerade auf diese Frage zurück.¹⁰

Ähnlich groß sind die Differenzen bei der Bewertung der deutschen Haltung während der Finanzkrise. Während eine große Mehrheit der griechischen Bevölkerung die damalige deutsche Politik bis heute negativ beurteilt (und als Erklärung für die eigene negative Haltung gegenüber Deutschland ins Feld führt), halten 44 Prozent der Deutschen die damalige deutsche Politik für richtig; jede/r zweite Deutsche im Alter unter 34 Jahren ist sogar der Meinung, die griechische Finanzkrise habe sich positiv auf das Verhältnis der beiden Länder ausgewirkt.

Die Dominanz der Türkei-Politik

Auch beim Thema Türkei klaffen die Erwartungen auseinander. Hier sei angemerkt, dass die vielschichtige Auseinandersetzung mit dem östlichen Nachbarland sämtliche Bereiche der griechischen Außenpolitik – und immer wieder auch die innenpolitischen Diskussionen – überschattet. Insofern überrascht es nicht, dass diese Dominanz der Türkei-Politik auch im deutsch-griechischen Verhältnis ein zentraler Faktor ist.¹¹ Unsere Umfragen zeigen, dass im Jahr 2024 zwei Drittel der in Griechenland befragten Menschen Deutschland eine einseitige Parteinahme für die Türkei unterstellen. Das Narrativ einer angeblichen deutsch-türkischen Allianz, die sich im Zweifel gegen die griechischen Interessen auswirkt, ist vor allem bei älteren Menschen in Griechenland weit verbreitet. Besonders auffällig sind die schlechten Bewertungen Deutschlands als verlässlicher Verbündeter im potenziellen Fall eines Konflikts mit der Türkei, wenn man sie mit den Sympathiewerten für Frankreich und den USA vergleicht. Letztere gelten für die griechische Regierung als strategische Partner und genießen, anders als Deutschland, in der breiten Bevölkerung entsprechend hohe Wertschätzung.

Wie sollte sich Deutschland in griechisch-türkischen Angelegenheiten positionieren?

Weitverbreitet bleibt in Griechenland die Erwartung nach mehr deutscher Unterstützung in der Frontstellung mit der Türkei. Das gilt für die vielschichtige Auseinandersetzung in der Ägäis und im östlichen Mittelmeer, aber auch bei der Suche nach einer Lösung des Zypernkonflikts. In Deutschland – so zeigt die aktuelle Umfrage – befürworten aber lediglich 33 Prozent der Befragten eine Parteinahme mit Griechenland in der bilateralen Auseinandersetzung mit der Türkei. Knapp die Hälfte (47 Prozent) sind der Meinung, Deutschland solle sich im Konflikt an der Südostflanke der NATO neutral verhalten. Für die Menschen in Griechenland ist es allenfalls ein schwacher Trost, dass lediglich bescheidene 14 Prozent der Befragten der Meinung sind, Deutschland solle die Türkei unterstützen (siehe Abb. C).

10 Siehe Charalampos (Babis) Karpouchtsis, „Responsibility and Remembering: Conceptualizing WW2 Legacy in the German-Greek Paradigm“, *SOM* 65, no. 2–3 (2025): 87–98 (Anm. d. Red.).

11 Ronald Meinardus, *Berlin's diplomatic role in Greek-Turkish relations* (Policy brief FES Athen, Januar 2024).

Abbildung C: **Griechenland nimmt die Türkei als Bedrohung wahr**

Wie sollte sich Deutschland in griechisch-türkischen Angelegenheiten positionieren?

Haltung	Anteil	
Neutral bleiben	47%	
Griechenland unterstützen	33%	
Türkei unterstützen	14%	
Keine Meldung	7 %	

Top-Werte für Griechenland als Partner in der EU und NATO

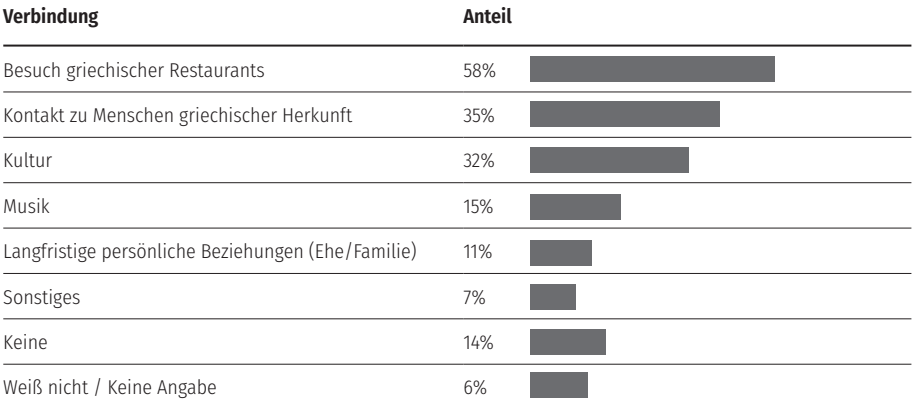
Als supranationale Klammer in den historisch nicht störungsfreien bilateralen Beziehungen wirken die gemeinsamen Mitgliedschaften in der NATO und der Europäischen Union (EU). Griechenland ist 1952 gemeinsam mit der Türkei der westlichen Verteidigungsgemeinschaft beigetreten, die Bundesrepublik Deutschland drei Jahre später. Als Gründungsmitglied gehört die Bundesrepublik der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft (EWG) zusammen mit Frankreich, Italien, Belgien, Luxemburg und den Niederlanden von Anfang an seit 1957 an. Aus der EWG wurde 1993 die Europäische Union; zuvor – 1981 – trat Griechenland der Gemeinschaft bei. Das damalige Argument: Griechenlands Demokratie sollte nach dem Ende der siebenjährigen Militärdiktatur (1967–1974) nach innen und außen gestärkt werden.

Die Zeiten, da Griechenland in EU und NATO durch abweichende Voten und Sonderwünsche aus der Reihe tanzte – oft ging es dabei um Streitigkeiten, die einen Türkei-Bezug hatten –, gehören der Vergangenheit an. Die Regierungen in Berlin und Athen, so heißt es immer wieder, arbeiten vertrauensvoll auch in diesen Organisationen zusammen. Die besondere Wertschätzung Griechenlands nicht zuletzt wegen seiner herausragenden geostrategischen Lage teilt auch eine Mehrheit der Deutschen. Auf die Frage, wie wichtig Griechenland für die Europäische Union ist, antworten 26 Prozent mit „sehr wichtig“ und 38 Prozent mit „wichtig“. Ähnlich fallen die Antworten in Bezug auf die NATO aus: 27 Prozent der Menschen in Deutschland betrachten Griechenland als „sehr wichtig“ für die Allianz, 35 Prozent als „wichtig“. Lediglich eine Minderheit von zwölf Prozent sieht das anders.

Griechenland in Deutschland: Die positive Rolle der Diaspora

Auch jenseits der befristeten Griechenland-Urlaube unterhalten Deutschlands Philhellenen eine Vielzahl von Verbindungen mit einem Bezug zu ihrem „Sehnsuchtsland“ in der eigenen Heimat. Hier kommt vor allem die kopfstärke Präsenz der griechischstämmigen Bevölkerung ins Spiel, die im positiven Sinne für Griechenland imageprägend wirkt. Am häufigsten entstehen persönliche Bezüge über griechische Gaststätten; mehr als die Hälfte der Befragten nennt sie als wichtigste Verbindung. Kontakte zu Menschen, Kultur und Musik folgen mit einigem Abstand. Die Bedeutung der griechischen Küche als Sympathieträger wurde eingangs bereits erwähnt. Sie spielt auch für die Philhellenen in Deutschland eine wichtige Rolle. Andreas Höffken vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA schätzt die Zahl der griechischen Restaurants in Deutschland heute auf 3.300. Genaue Angaben, geschweige denn wissenschaftliche Untersuchungen zum Thema, gibt es nicht. Gleichwohl kommt den von Griechinnen und Griechen betriebenen Lokalen eine zentrale, „nationale“ Rolle zu, sagt Höffken: „Natürlich spielen griechische Lokale bei der Prägung des Griechenlandbildes eine

Abbildung D: **Welche Verbindungen zu Griechenland haben Sie in Deutschland?**
(Bis zu drei Nennungen möglich)



maßgebliche Rolle. Ein Besuch in einem Restaurant kann im besten Fall wie ein Kurzausflug auf den Gast wirken.“¹²

Die griechischen Lokale, die in den zurückliegenden Jahren vielfach der türkischen und asiatischen Konkurrenz Platz gemacht haben, praktizieren eine von staatlicher Seite nicht koordinierte „Gastrodiplomatie“ – und fördern ausweislich unserer Untersuchungen sehr stark ein positives Bild von Griechenland in Deutschland. Die Ursprünge der heute auf 500.000 Personen geschätzten griechischen Gemeinde gehen auf die sechziger Jahre zurück, als viele Menschen, vor allem aus dem Norden Griechenlands, als „Gastarbeiter“ nach Deutschland kamen. Wegen des hohen Grades der Integration werden sie auch als „unauffällige Minderheit“ bezeichnet. In der Gesamtbevölkerung genießen diese Menschen ein überwiegend gutes Ansehen: Über zwei Drittel (72 Prozent) der Befragten geben an, die griechische Diaspora sei „gut“ oder auch „sehr gut“ integriert. Eine breite Mehrheit der Deutschen wünscht sich ein stärkeres politisches Engagement dieser Menschen, die in Deutschland eine zweite Heimat gefunden haben. Ein intensiveres Engagement griechischstämmiger Bürgerinnen und Bürger in Parteien und Parlamenten könnte nicht nur die Integration weiter vertiefen, sondern auch dazu beitragen, griechische Anliegen im deutschen politischen Diskurs sichtbarer zu machen.

Schlussbetrachtungen: Zwei Bilder einer Partnerschaft

Die Zusammenführung beider Studien erlaubt eine differenzierte Gesamteinschätzung des deutsch-griechischen Wahrnehmungsverhältnisses. Auffällig ist zunächst die klare Asymmetrie der Sympathien. Während zwei Drittel der Deutschen ein positives Bild von Griechenland haben, bleibt das Deutschlandbild in der griechischen Öffentlichkeit deutlich zurückhaltender – selbst wenn es sich in den letzten Jahren spürbar aufgehellt hat. Diese Diskrepanz ist kein Zufallsbefund, sondern Ausdruck unterschiedlicher Bewertungsmaßstäbe. Die Deutschen begegnen Griechenland in erster Linie über individuelle Erfahrungen: Reisen, persönliche Begegnungen, kulinarische Eindrücke, kulturelle Referenzen. Das Land erscheint als Sehnsuchtsort, als Projektionsfläche für Erholung, Geschichte und

12 Schriftliche Mitteilung an den Verfasser.

mediterranes Lebensgefühl. Politische Konflikte oder wirtschaftliche Krisen werden in diesem Bild weitgehend ausgeblendet. Die Finanzkrise, die in den 2010er Jahren das mediale Griechenland-Narrativ (negativ) dominierte, spielt heute im kollektiven Bewusstsein nur noch eine sehr untergeordnete Rolle. Negative Zuschreibungen sind marginalisiert; das Postkartenmotiv überwiegt.

In Griechenland hingegen wird Deutschland primär als politischer Akteur wahrgenommen: als wirtschaftliche Führungsmacht Europas, als zentraler Entscheidungsträger in Krisenzeiten, als potenzieller Bündnispartner oder – das hat besonderes Gewicht – als nicht ausreichend solidarischer Verbündeter in den Konflikten mit dem „ewigen“ Gegner Türkei. Die Bewertung speist sich weniger aus touristischen oder kulturellen Erfahrungen, sondern aus politischen Entscheidungen und deren gesellschaftlichen sowie außenpolitischen Folgen. Hier wirken historische und zeitgeschichtliche Ereignisse fort: die Besatzungszeit und die aus griechischer Sicht ungelöste Reparationsfrage, die Austeritätspolitik mit ihren teils dramatischen sozioökonomischen Auswirkungen während der Finanzkrise, die als parteiisch empfundene Haltung Deutschlands gegenüber der Türkei. Diese Themen sind im griechischen kollektiven Gedächtnis präsenter als in Deutschland und prägen das Deutschlandbild entsprechend nachhaltig.

Gleichwohl wäre es verkürzt, die Unterschiede als Ausdruck grundsätzlicher Entfremdung zu deuten. Die demoskopischen Daten zeigen eine deutliche Normalisierung. Das Deutschlandbild in Griechenland hat sich zwischen 2022 und 2024 signifikant verbessert. Negative Bewertungen sind zurückgegangen, positive Einschätzungen haben sich nahezu verdoppelt. Diese Entwicklung fällt zusammen mit der wirtschaftlichen Stabilisierung Griechenlands, einer veränderten politischen Tonlage zwischen den Regierungen in Athen und Berlin sowie einer Phase relativer Entspannung im östlichen Mittelmeer. Offenkundig reagieren öffentliche Meinungen sensibel auf politische Konjunkturen.

Dennoch bleibt die strukturelle Asymmetrie bestehen. In Deutschland ist Griechenland emotional aufgeladen, aber politisch entproblematisiert. In Griechenland ist Deutschland politisch relevant, aber emotional weniger positiv besetzt. Die eine Seite verbindet mit dem Partner vor allem Sonne und Gastfreundschaft, die andere negative Erinnerung und Machtpolitik. Für die Zukunft der bilateralen Beziehungen bedeutet dies zweierlei. Zum einen existiert auf gesellschaftlicher Ebene ein solides Fundament wechselseitiger Kontakte – getragen von Tourismus, Migration, wirtschaftlicher Verflechtung und institutioneller Einbindung in ein weites Netz bilateraler, europäischer und transatlantischer Strukturen. Zum anderen bleiben politische Sensibilitäten bestehen, die bei erneuten Krisen rasch reaktiviert werden könnten. Öffentliche Meinungen sind dynamisch. Das belegen die hier präsentierten Daten, die sich auf ein kurzes Zeitfenster beziehen.

Die deutsch-griechischen Beziehungen sind heute stabiler und weniger emotional aufgeladen als in den Jahren der Finanzkrise. Doch die unterschiedlichen Erinnerungshorizonte und Erwartungshaltungen sind nicht verschwunden. Gerade darin liegt ihre analytische Bedeutung: Sie zeigen, dass bilaterale Partnerschaften nicht nur aus diplomatischen Interaktionen, Investitionen und Handelsströmen bestehen, sondern auch aus Bildern, Deutungen und kollektiven Erfahrungen – und dass diese sich langsamer verändern als die politischen Konjunkturen.