

Deutsche, Franzosen, Italiener – und Europäer? Zur Entwicklung europäischer Identität

Sarah Ciaglia, Clemens Fuest und Friedrich Heinemann

headed by



INSTITUT FÜR HÖHERE STUDIEN
INSTITUTE FOR ADVANCED STUDIES
Vienna



Toulouse
School
of Economics



UNIVERSITY
OF TRENTO



VALTION TALOUDELLINEN TUTKIMUSKESKUS
VATT INSTITUTE FOR ECONOMIC RESEARCH

ZEW
Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung GmbH
Centre for European
Economic Research



EconPol POLICY REPORT

A publication of EconPol Europe

European Network of Economic and Fiscal Policy Research

Publisher and distributor: ifo Institute

Poschingerstr. 5, 81679 Munich, Germany

Telephone +49 89 9224-0, Telefax +49 89 9224-1462, email Dolls@ifo.de

Editors: Mathias Dolls, Clemens Fuest

Reproduction permitted only if source is stated and copy is sent to the ifo Institute.

EconPol Europe: www.econpol.eu

Deutsche, Franzosen, Italiener – und Europäer? Zur Entwicklung europäischer Identität

Sarah Ciaglia¹, Prof. Dr. Dr. h.c. Clemens Fuest², Prof. Dr. Friedrich Heinemann³

Diese Fassung: 4. 10. 2018

Abstract:

Angesichts vielfältiger Krisenerscheinungen des europäischen Integrationsprozesses befasst sich dieser Beitrag mit den Bestimmungsgründen von „europäischer Identität“. Ausmaß und Trends in der Identifikation der Menschen mit Europa sind von erheblicher Bedeutung für den Fortgang des Integrationsprozesses. Eine erfolgreiche Zusammenarbeit in Europa benötigt ein Mindestmaß an wechselseitigem Vertrauen, das sich maßgeblich auf ein Gefühl der gemeinsamen europäischen Zugehörigkeit stützen muss. Nach einer Begriffsklärung zeigt der Beitrag empirische Trends in der Entwicklung von europäischer Identität und EU-Zustimmung auf. In einem Überblick werden die wichtigsten Erkenntnisse der Literatur im Hinblick auf positive und negative Determinanten europäischer Identität zusammengefasst und anschließend anhand von aktuellen Eurobarometer-Daten empirisch überprüft. Auf diese Weise ist es möglich, Zielgruppen und Aspekte zu identifizieren, die Hinweise für aussichtsreiche Ansatzpunkte zur Förderung europäischer Perspektiven geben können. Anschließend werden beispielhaft sechs mögliche Projekte skizziert: ein Erasmus-Programm für Senioren („Pensioner’s Erasmus“), ein Austauschprogramm für Beschäftigte („Europäische Walz“), ein öffentlich-rechtlicher EU-Fernsehsender, eine EU-Bürgerversammlung, transnationale Listen für Wahlen zum Europäischen Parlament und gemeinsame EU-Konsulate.

Danksagung:

Wir danken Lutz Helmig für die finanzielle Unterstützung dieses Forschungsvorhabens.

¹ Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) Mannheim und London School of Economics and Political Science

² ifo Institut und Ludwig-Maximilians-Universität München

³ Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) Mannheim und Universität Heidelberg

1. Einleitung

Die politische und wirtschaftliche Integration Europas hat entscheidend dazu beigetragen, dass der Kontinent nach dem Zweiten Weltkrieg Frieden und Wohlstand erreicht hat. Auch bei der Überwindung des Ost-West-Konflikts und der Transformation der ehemals kommunistischen Staaten Mittel- und Osteuropas haben europäische Institutionen eine wichtige Rolle gespielt. Die Osterweiterung der EU hat die jahrzehntelange Teilung Europas in West und Ost überwunden. Trotz dieser Erfolge ist der europäische Integrationsprozess in eine schwere Krise geraten. In vielen europäischen Ländern nehmen Nationalismus und Populismus zu. In der Flüchtlingskrise des Jahres 2015 haben die EU-Staaten kaum kooperiert, und die Differenzen in der Migrationspolitik scheinen unüberbrückbar. Das Vereinigte Königreich hat beschlossen, die EU zu verlassen.

Bei dieser Abwendung von europäischen Institutionen und politischen Einigungsprozessen spielt die mangelnde Identifikation vieler Menschen mit Europa eine wichtige Rolle. Bis in die 2000er Jahre hinein herrschte die Erwartung vor, dass Europa bei wachsendem Wohlstand und zunehmender ökonomischer Konvergenz friedlich zusammenwachsen und auch politisch immer enger zusammenarbeiten würde. Diesem optimistischen Szenario zufolge hätten sich Integration, Wohlstandsmehrung und Identifikation der Menschen mit Europa fortlaufend wechselseitig verstärkt.

Die Entwicklungen seit der Finanzkrise und der Verschuldungskrise im Euroraum weisen aber in eine andere Richtung. Statt einer positiven Selbstverstärkung ist eine Abwärtsspirale aus ökonomischen Krisenphasen, wachsender Skepsis über das europäische Projekt, steigendem Misstrauen zwischen den EU-Mitgliedstaaten und einer Rückwendung zu Nationalismus und der Absage an europäische Problemlösungen in Gang gekommen. Das Szenario eines Zerfalls der EU scheint dabei nicht mehr ausgeschlossen. Vor diesem Hintergrund erscheint es dringlich zu fragen, wie sich die Identifikation der europäischen Bürger mit Europa entwickelt und was getan werden kann, um diese Identifikation zu stärken.

In diesem Beitrag¹ diskutieren wir, welche Faktoren die Identifikation der Bürger mit Europa beeinflussen und welche Maßnahmen ergriffen werden können, damit mehr Menschen sich mehr für Europa interessieren und sich stärker zugehörig und beteiligt fühlen. Dabei geht es nicht darum, auf paternalistische Weise Bürger dazu zu erziehen, europäische Integration oder die EU zu unterstützen. Das Ziel besteht darin, aufzuzeigen, wie sich etwa eine bessere Einbindung der Bürger in demokratische Prozesse oder vermehrte Möglichkeiten zur grenzüberschreitenden Begegnung auf das europäische Bewusstsein auswirken. Zudem sollen Wege zur besseren und neutralen Information über Europa aufgezeigt werden. Eine positive Entwicklung Europas erfordert eine breite, gut informierte, kritische und konstruktive Beteiligung der Bürger an der Gestaltung der europäischen Institutionen und Beziehungen.

Die folgende Argumentation ist wie folgt strukturiert. Der nächste Abschnitt erläutert, was wir unter ‚europäischer Identität‘ verstehen und worin der Unterschied zu Haltungen wie ‚Unterstützung für die EU‘ liegt. Abschnitt 3 beschreibt, wie sich die Identifikation der Bürger in der EU mit Europa im Zeitablauf entwickelt hat. Abschnitt 4 fasst die Ergebnisse der vorliegenden Forschung kurz zusammen. Abschnitt 5 enthält unsere empirische Analyse der Bestimmungsfaktoren europäischer Identität. In Abschnitt 6

¹ Dieser Beitrag beruht auf der Studie von Sarah Ciaglia, Clemens Fuest und Friedrich Heinemann (2018): What a feeling?! How to promote European Identity, Mannheim und München.

erläutern wir unsere Vorschläge zur Stärkung europäischer Identität. Abschnitt 7 enthält unsere Schlussfolgerungen.

2. Was ist ‚europäische Identität‘?

Den Begriff ‚europäische Identität‘ kann man wie folgt beschreiben: „Das Gefühl, Europäer zu sein ist integraler Bestandteil unserer sozialen Identität“². Manche Autoren (so etwa Cram, 2012) unterscheiden zwischen der ‚Identifikation als Europäer‘ und der ‚Identifikation mit Europa‘. Die Identifikation als Europäer bezieht sich nach diesem Konzept auf eine Selbsteinschätzung und die individuelle Positionierung zu bestimmten Ideen während ‚Identifikation mit Europa‘ auf Verhaltensweisen verweist, die belegen, dass europäische Ideen ‚gelebt werden‘. Während diese Form der Identifikation mit Europa schwer zu quantifizieren ist, kann man Identifikation als Europäer vergleichsweise leicht anhand von Umfragen messen.³

2.1. Messung europäischer Identität

In dieser Studie konzentrieren wir uns auf die ‚Identifikation als Europäer‘, und das aus zwei Gründen. Erstens beschreibt dieses Konzept das, was im Mittelpunkt unseres Interesses steht: ein allgemeines Gefühl einer positiven Verbundenheit mit Europa, das Grundlage für die Legitimität europäischer Integration und die Schaffung europäischer Institutionen sein kann und das zu demokratischem Engagement für und in Europa führen kann. Zweitens ist ‚Identifikation als Europäer‘, wie bereits erwähnt wurde, vergleichsweise gut empirisch messbar: Die Umfrage ‚Eurobarometer‘ enthält dazu umfangreiche empirische Informationen, insbesondere die so genannte Moreno-Frage (European Commission, 2017):

„In der nahen Zukunft, sehen Sie sich da als

- (1) nur als [Nationalität]*
- (2) [Nationalität] und Europäer/in*
- (3) Europäer/in und [Nationalität]*
- (4) nur als Europäer/in.“⁴*

Eine Stärke dieser Frage liegt darin, dass sie Raum lässt für duale, also nationale und europäische Identitäten, und dass sie erlaubt, diese beiden Identitäten unterschiedlich zu priorisieren. Kritiker verweisen darauf, dass die Priorisierung der beiden Identitäten eine gleiche Gewichtung ausschließe, die bei vielen Menschen vorliegen könnte. Trotz dieses Einwands ist die Moreno-Frage unseres Erachtens die beste verfügbare empirische Information zu europäischen Identitäten.

2.2. Europäische Identität und Unterstützung der EU

² Hooghe und Verhaegen, 2017, S. 163, Übersetzung durch die Autoren.

³ Die Literatur zur Abgrenzung und Konzeption von ‚europäischer Identität‘ ist sehr umfassend. Zu nennen sind unter anderem: Friese and Wagner, 2002; Carey, 2002; Kaina, 2013, White, 2012; Kaina et al., 2016. Auch zeigt die Literatur, dass Menschen sehr unterschiedliche Vorstellungen darüber haben, was ‚Europäer sein‘ bedeutet (Checkel and Katzenstein, 2009; Risse, 2010; Bayley and Williams, 2012; Lichtenstein and Eilders, 2015; Banjac and Pušnik, 2015).

⁴ European Commission (2017), Übersetzung der deutschen Eurobarometer-Version.

Eine starke Identifikation als Europäer ist nicht gleichbedeutend damit, die EU, ihre Institutionen, eine Vertiefung der politischen Integration oder bestimmte europäische Politiken wie etwa die EU-Regionalpolitik, die Agrarpolitik oder die gemeinsame Währung zu unterstützen. Identifikation mit Europa kann mit sehr kritischen Haltungen zur EU oder zum Euro sowie sehr unterschiedlichen Auffassungen darüber einhergehen, welche Politiken die EU verfolgen und wie sie in Zukunft weiterentwickelt werden sollten.

„Unterstützung für die EU“ ist also von der Variable „europäische Identität“ klar abzugrenzen, sie ist im Rahmen dieser Untersuchung aber ebenfalls sehr relevant. Im Eurobarometer wird mit der folgenden Formulierung nach der Unterstützung für die EU gefragt:

„Ist die Mitgliedschaft (UNSERES LANDES) in der Europäischen Union Ihrer Meinung nach

- (1) eine gute Sache*
- (2) eine schlechte Sache*
- (3) weder gut noch schlecht?“⁵*

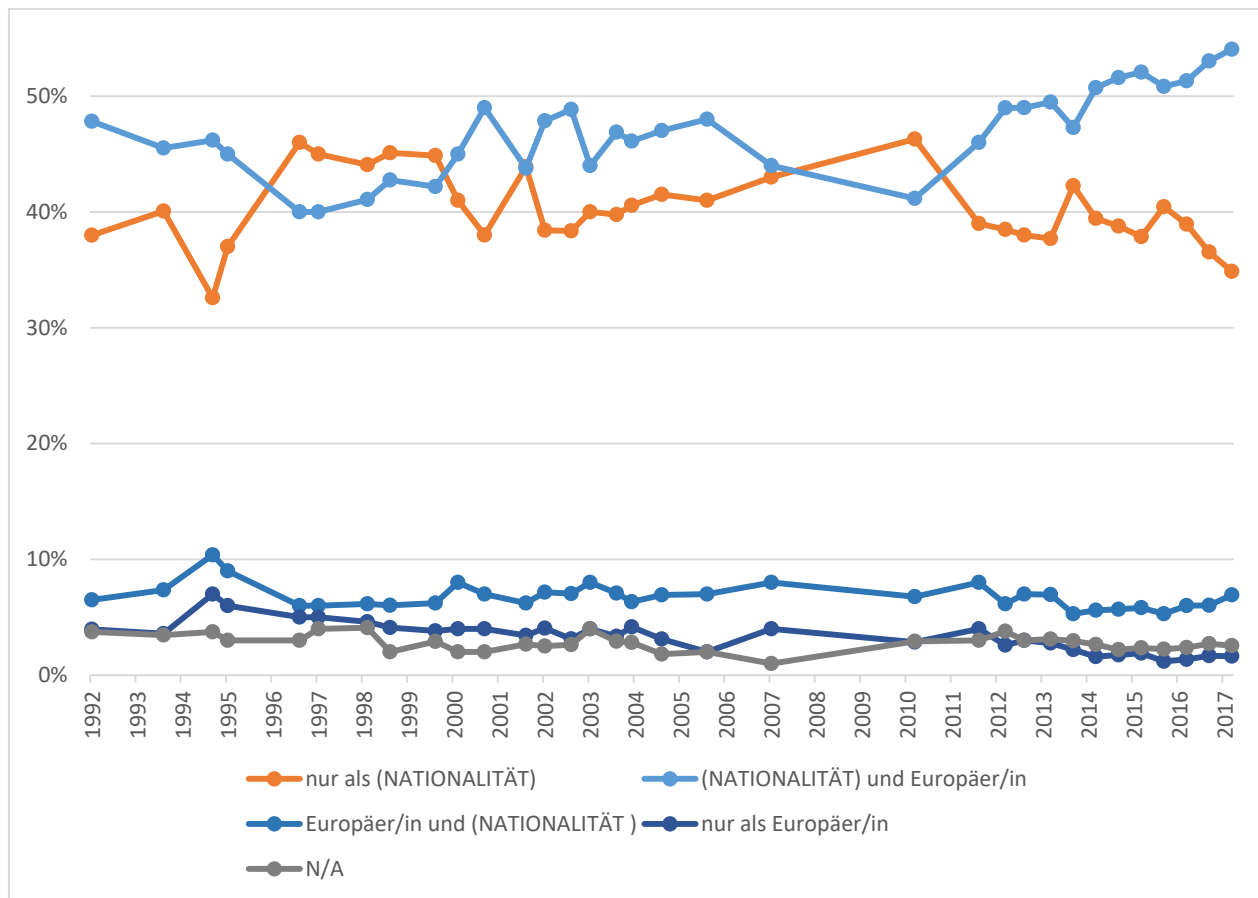
Bei dieser Frage könnte man einwenden, dass die Beurteilung der EU-Mitgliedschaft des eigenen Landes etwas anderes ist als die Frage, ob man die Existenz der EU generell für gut hält. Winston Churchill empfahl nach dem Zweiten Weltkrieg bekanntlich die Gründung der ‚Vereinigten Staaten von Europa‘, aber er war nicht der Meinung, dass sein Heimatland dazugehören sollte. Wenn man die Frage an Einwohner von EU-Mitgliedstaaten richtet, kann man aber schon davon ausgehen, dass wichtige Aspekte der allgemeinen Unterstützung für die EU erfasst werden.

3. Befragungsergebnisse zur Identifikation als Europäer und zur Unterstützung für die EU: Entwicklung im Zeitablauf

Wie haben sich die Identifikation als Europäer und die Unterstützung für die EU, gemessen an Ergebnissen von Befragungen im Eurobarometer, im Zeitablauf entwickelt? Abbildung 1 illustriert die Entwicklung der Identifikation als Europäer im Zeitraum zwischen 1992 und 2017, für die EU insgesamt.

⁵ European Commission (2017), Übersetzung der deutschen Eurobarometer-Version.

Abbildung 1: ‚Moreno-Frage‘ zur europäischen Identität 1992 - 2017

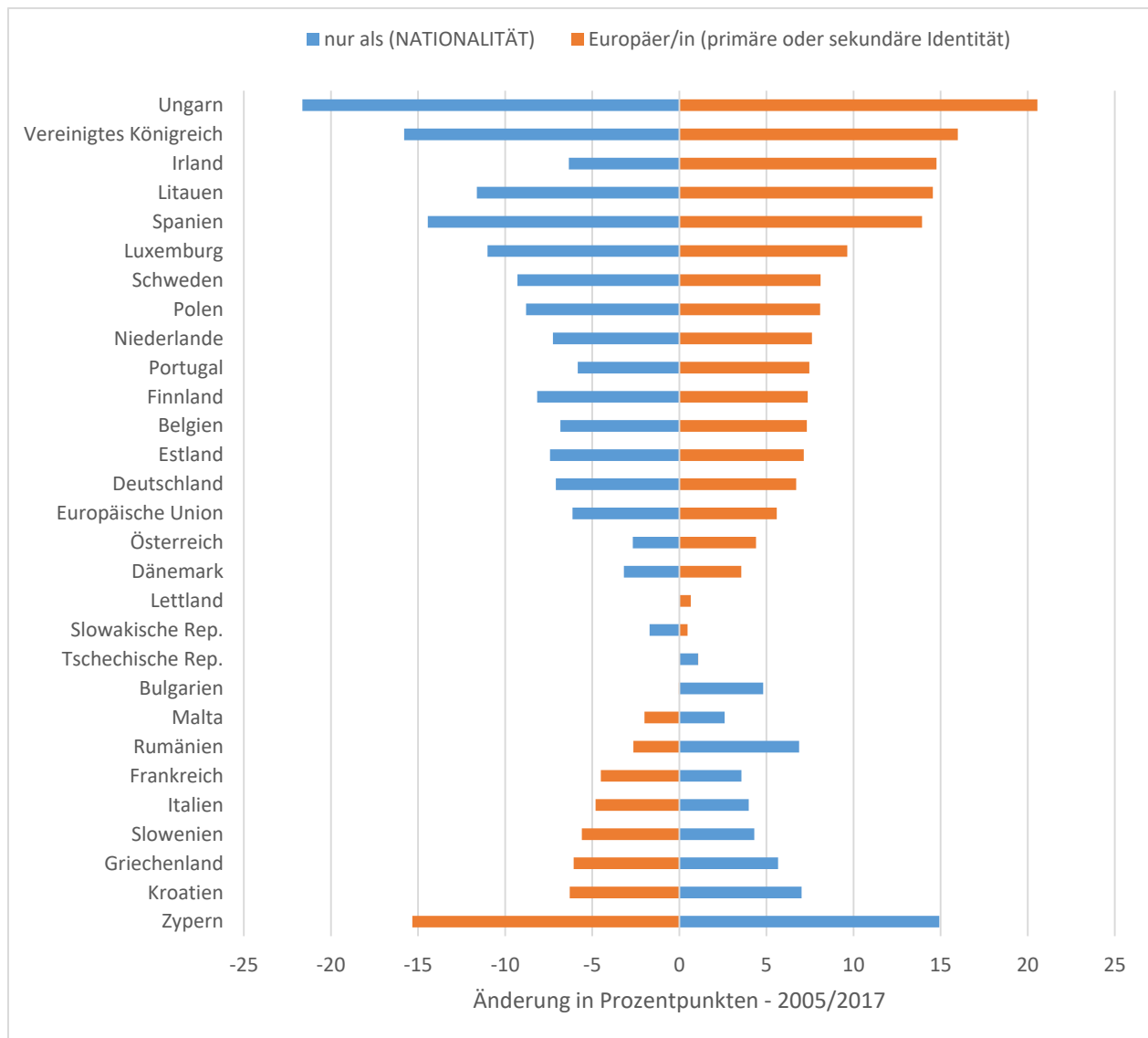


Quelle: Eurobarometer 1992-2017, Moreno-Frage, gewichteter Durchschnitt für die Europäische Union insgesamt.

Über den gesamten Betrachtungszeitraum hinweg sehen sich rund 90 Prozent aller EU-Bürger primär als ihren Nationalstaaten zugehörig. Rund die Hälfte davon gibt an, sich aber auch als Europäer zu betrachten. Der Anteil der Bürger, die von einer rein nationalen Identität sprechen, hat in den Jahren der Wirtschafts- und Finanzkrise zugenommen, ist seitdem aber wieder gefallen. Der Anteil der Bürger, die sich als Bürger ihrer Nationalstaaten, aber auch als Europäer sehen, ist in den Jahren nach der Finanzkrise stetig gestiegen, heute liegt er bei über 50 Prozent. Nimmt man diejenigen hinzu, die sich zuerst als Europäer und erst nachrangig als den Nationalstaaten zugehörig sehen und die kleine Gruppe, die sich ausschließlich europäisch fühlt, dann ergibt sich eine deutliche Mehrheit an Bürgern, bei denen man (auch) vom Vorliegen einer europäischen Identität sprechen kann.

Hinter dieser Entwicklung in der EU insgesamt verbergen sich sehr unterschiedliche Trends in den einzelnen Mitgliedstaaten. In Abbildung 2 wird die seit 2005 eingetretene Veränderung illustriert.

Abbildung 2: ‚Moreno-Frage‘ zur europäischen Identität, Vor-Nach-Krisen-Veränderung (2005/2017)



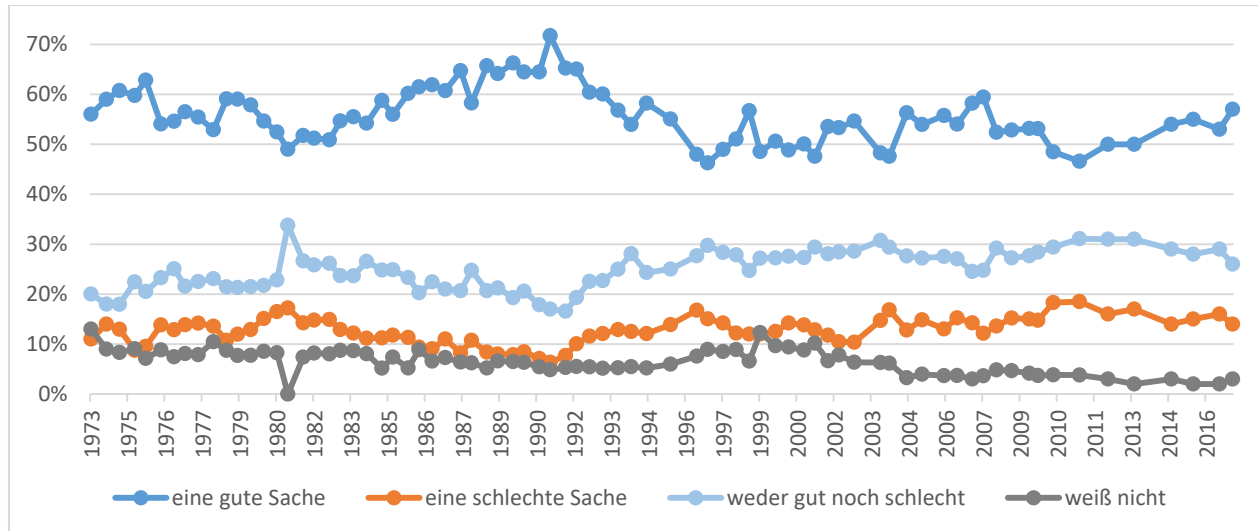
Quelle: Eurobarometer 2005 und 2017. ‚Europäer/in‘ als Summe aller drei Antworten, die europäische Identität beinhalten.

In Staaten, die in den letzten Jahren eine schlechte Wirtschaftsentwicklung durchlaufen haben und die von der Verschuldungskrise im Euroraum besonders stark betroffen waren, darunter Griechenland und Italien, hat die Identifikation mit Europa abgenommen. Überraschend ist, dass das auch für Frankreich gilt. Ebenfalls erstaunlich ist, dass in Staaten mit sehr EU-kritischen Regierungen und öffentlichen Debatten – hervorzuheben sind hier das Vereinigte Königreich und Ungarn, aber auch Polen –, die Identifikation mit Europa zugenommen hat. Hier wird deutlich, dass die Identifikation mit Europa nicht gleichbedeutend mit Unterstützung für die EU ist.

Wie sich die Unterstützung für die EU entwickelt hat, zeigt Abbildung 3. Interessant ist, dass vor dem Fall des Eisernen Vorhangs im Jahr 1989 die Unterstützung der Bürger für die EU erheblich höher war als

heute und einen steigenden Trend aufwies. Dieser Trend endete im Jahr 1991, als noch gut 70 Prozent aller Befragten die Mitgliedschaft in der EU als „gute Sache“ bewerteten. Der in den frühen Neunzigern eingetretene Rückgang kann nicht einfach durch die Erweiterungen und den sich damit vergrößerten Kreis der befragten Nationen erklärt werden. Der Rückgang trat bereits ein, bevor es 1995 zur Nord- und 2004/07 zur Osterweiterung gekommen ist. Eine denkbare Erklärung ist, dass mit dem Ende des Kalten Krieges die politische Einigung (West-)Europas als weniger dringlich angesehen wurde.

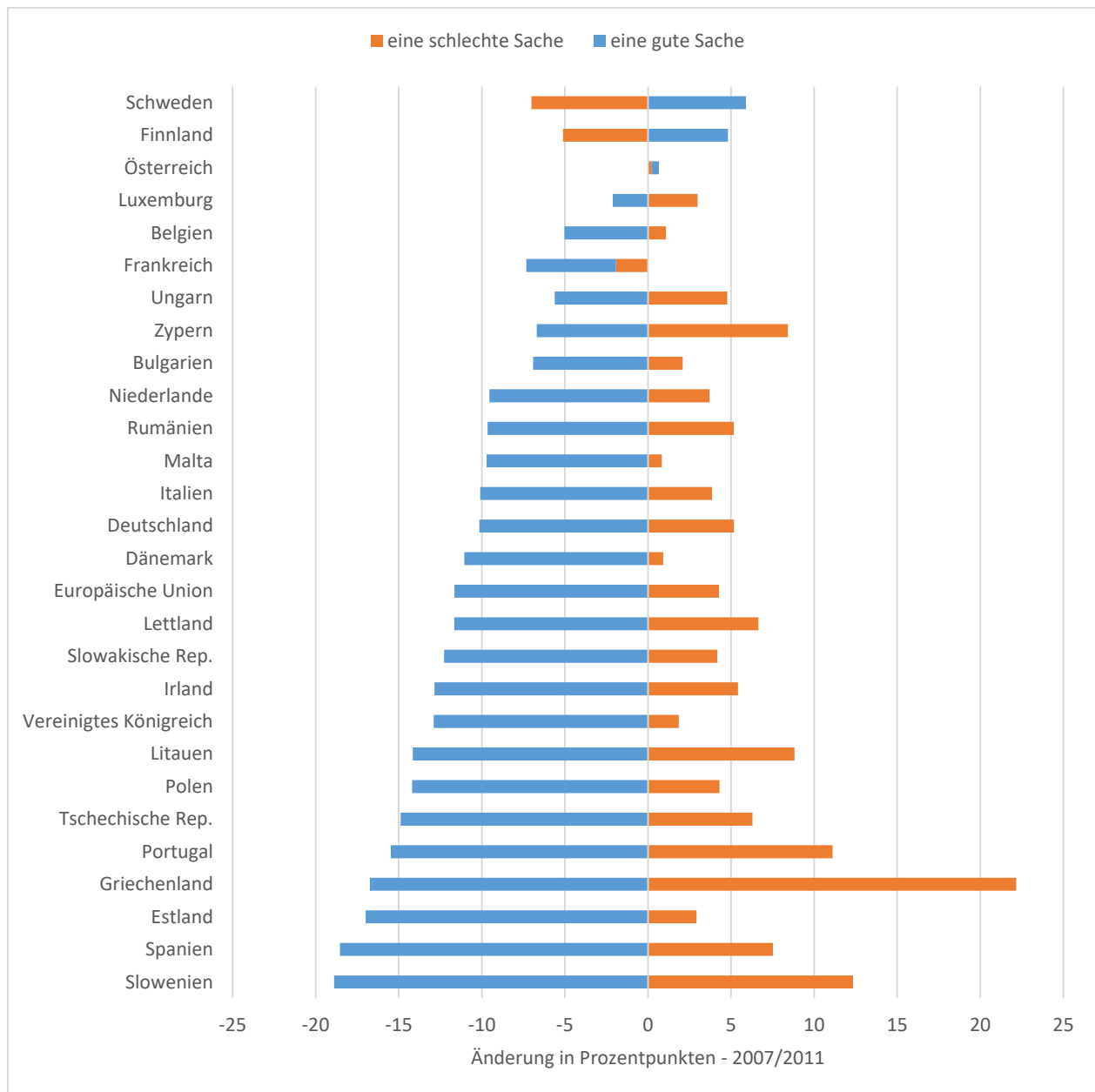
Abbildung 3: Zustimmung zur EU-Mitgliedschaft 1973-2017



Quelle: Eurobarometer 1973-2017, gewichteter Durchschnitt für die Europäische Union insgesamt.

Finanz- und Eurokrise hatten einen deutlich negativen Effekt auf die Unterstützung für die EU. Aktuell steigt die EU-Unterstützung wieder. Die negativen Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Unterstützung der Bürger für die EU wird besonders deutlich, wenn man die Zustimmung zur EU in den einzelnen Mitgliedstaaten vor der Finanzkrise im Jahr 2007 mit der Zeit unmittelbar nach der Finanzkrise im Jahr 2011 vergleicht, was gleichzeitig den Höhepunkt der Eurokrise markiert (siehe Abbildung 4).

Abbildung 4: Veränderung Zustimmung EU-Mitgliedschaft, Vor-Nach-Krisen-Vergleich (2007/2011)



Quelle: Eurobarometer 2007 und 2011.

Die Unterstützung für die EU hat in diesem Zeitraum in fast allen Mitgliedstaaten abgenommen, besonders stark in den Ländern, die mit großen wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen hatten, darunter Griechenland und Spanien sowie die baltischen Staaten. Gelitten hat die Unterstützung für die EU aber auch in Ländern, die sich schnell von dem wirtschaftlichen Einbruch des Jahres 2009 erholt haben, darunter Deutschland, die Niederlande oder Tschechien.

4. Welche Faktoren beeinflussen europäische Identität und Unterstützung für die EU? Ergebnisse bisheriger Forschung

Ob Menschen sich als Europäer fühlen und ob sie der Meinung sind, dass die EU-Mitgliedschaft ihres Heimatlandes gut oder schlecht ist, hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab. Dazu gehören individuelle Eigenschaften, aber auch das individuelle soziale und institutionelle Umfeld sowie Entwicklungen auf nationaler und europäischer Ebene. Tabelle 1 gibt einen Überblick über Faktoren, die nach vorliegenden Untersuchungen eine wichtige Rolle spielen.⁶ Dabei ist zu beachten, dass die Faktoren nicht als kausal für die Entwicklung von europäischer Identität und Unterstützung für die EU zu interpretieren sind; vielmehr interagieren diese Faktoren mit individuellen Einstellungen zu europäischen Fragen. Beispielsweise werden Menschen, die eine positive Einstellung zu Europa haben, mehr transnationale Kontakte suchen, so dass sich diese Kontakte und europäische Identität, möglicherweise auch Unterstützung für die EU, gegenseitig verstärken.

Tabelle 1: Determinanten für europäische Identität und EU-Zustimmung in der Literatur

Determinanten für ...	...europäische Identität	... EU-Zustimmung	Kanäle und Sonstiges
Individualebene			
‘Kognitive Mobilisierung’	positiv	positiv	<u>Beide:</u> Bildung, EU-Wissen, Information, Interesse, häufige Diskussion über Politik
Transnationaler Kontakt	positiv	positiv	<u>Beide:</u> Austausch mit Ausländern, Auslandsaufenthalte, möglicherweise indirekte Effekte der ‘sozialen Schichtung’
Charakterzüge und Werte	positiv	positiv	<u>Europäische Identität:</u> Optimismus, Extrovertiertheit, Risikofreude, liberale Werte, Kosmopolitismus <u>EU-Zustimmung:</u> Altruismus, Kosmopolitismus, multikulturelle Orientierung, Postmaterialismus
Nationale Identität	negativ	negativ	<u>Europäische Identität:</u> Wahrnehmung eines Konkurrenzverhältnisses, Nationalstolz <u>EU-Zustimmung:</u> wahrgenommene Bedrohung
Regionale Orientierung	positiv (politische Identität), negativ (kulturelle Identität)	negativ	<u>Beide:</u> kulturelle und politische regionale Identität und Zugehörigkeit
Haltung zur EU (Unterstützung)	positiv	---	<u>Europäische Identität:</u> besonders sichtbare Politiken
Politische Haltung (weit rechts)	negativ	---	<u>Europäische Identität:</u> Positionierung am weit rechten Rand des politischen Links-Rechts-Spektrums

⁶ Für eine ausführliche Verankerung dieser Übersicht in der empirischen Literatur siehe Sarah Ciaglia, Clemens Fuest und Friedrich Heinemann (2018): What a feeling?! How to promote European Identity, Mannheim und München.

Sozioökonomischer Status	positiv	positiv	<u>Europäische Identität:</u> Vermögen, Beschäftigung <u>EU-Zustimmung:</u> persönlicher ökonomischer Vorteil oder Aussichten
Alter	negativ		---
Geschlecht (männlich)	positiv		---
<u>Regionale und nationale Besonderheiten</u>			
Ökonomische Situation (‘Utilitaristische Hypothese’)	nicht eindeutig	positiv	<u>Europäische Identität:</u> EU-Nutzen, Nettozahlerposition EU-Haushalt <u>EU-Zustimmung:</u> eigene ökonomische Situation, wahrgenommener Nutzen für die eigene Region/das eigene Land
Qualität nationaler Institutionen	nicht eindeutig	nicht eindeutig	<u>Europäische Identität:</u> Vertrauen in nationale Institutionen, Zufriedenheit mit Demokratie <u>EU-Zustimmung:</u> Effizienz der Verwaltung, Zufriedenheit mit Demokratie
Elite dafür oder kritisch	positiv (dafür)	negativ (kritisch)	<u>Europäische Identität:</u> Verbindung zur Elite <u>EU-Zustimmung:</u> Debatten innerhalb der Eliten, Parteiidentifikation, Massenmedien
<u>EU-weite Entwicklungen</u>			
Vertrauen in EU-Institutionen	positiv		<u>Europäische Identität:</u> Vertrauen, Zufriedenheit mit Demokratie
Gemeinsame Werte	positiv		<u>Europäische Identität:</u> Vertrauen in EU-Bürger, wahrgenommene kulturelle Nähe
EU-Symbole	positiv		---

Was die individuellen Faktoren angeht, spielt ‚kognitive Mobilisierung‘ eine zentrale Rolle. Dazu gehören der allgemeine Bildungsstand und das Interesse und die Beteiligung an politischen Diskussionen. Kontakte über Ländergrenzen hinweg gehen einher mit mehr Toleranz und Verständnis für kulturelle Unterschiede. Sozioökonomischer Hintergrund und Alter spielen ebenfalls eine Rolle. Stärkere europäische Identität geht einher mit bestimmten Wertvorstellungen, darunter eine kosmopolitische und liberale Einstellung. Pessimistische Menschen fühlen sich im Durchschnitt weniger als Europäer. Zwischen europäischer Identität und Religiosität besteht empirisch kein eindeutiger Zusammenhang. Mit zunehmendem Alter sinkt die Identifikation mit Europa. Kontakte und transnationale Verbindungen in der Familie oder im Freundeskreis gehen einher mit stärkerer europäischer Identität.

Eine starke regionale oder nationale Identität geht nicht systematisch einher mit weniger europäischer Identität. Viele Menschen, die sich ihrer Region und ihrem Heimatland stark zugehörig fühlen, sehen sich gleichzeitig als Europäer. Wie bereits diskutiert wurde, sind europäische Identität und Unterstützung für die EU nicht gleichbedeutend, aber sie sind auf der individuellen Ebene positiv korreliert.

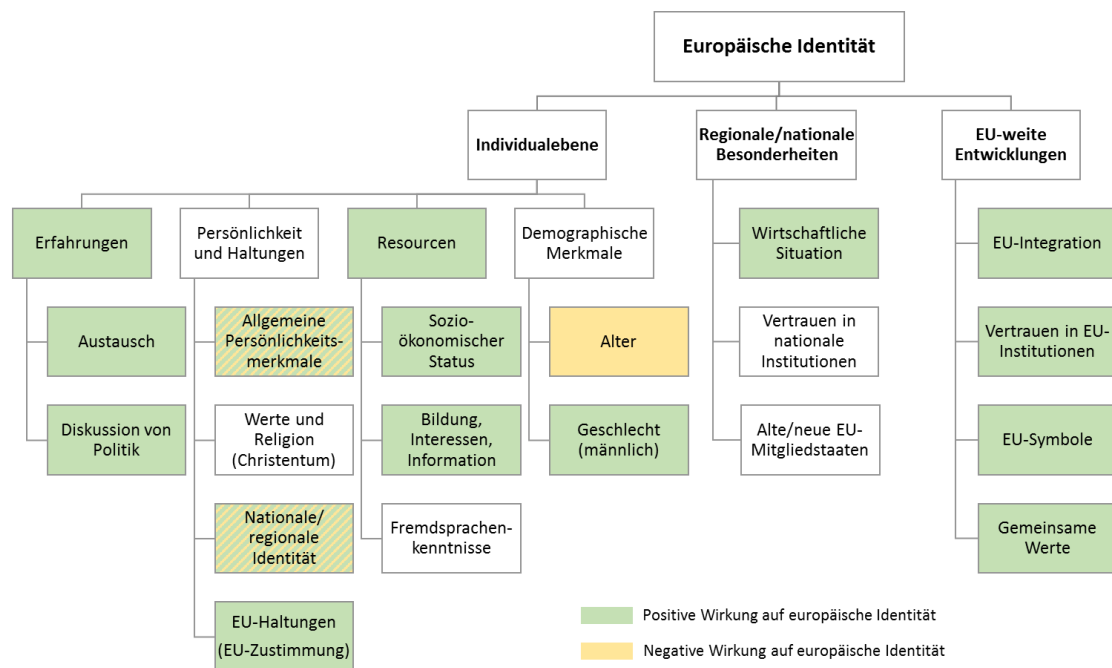
Zwischen der allgemeinen wirtschaftlichen Situation per se und der europäischen Identität besteht kein eindeutiger Zusammenhang. Menschen, die der Auffassung sind, dass ihr Land von der europäischen Integration persönlich profitiert, zeigen eine stärkere europäische Identität. Wenn die wirtschaftliche Lage positiv ist, aber dies als unabhängig von der EU betrachtet wird, könnte die Einbindung in die EU auch mit der Sorge einhergehen, die Früchte wirtschaftlichen Erfolgs teilen zu müssen. Relevant für europäische Identität ist auch die Haltung der Eliten in einem Land. In Ländern mit europafreundlichen

Eliten ist die Identifikation der Bevölkerung mit Europa stärker und umgekehrt. Menschen, die ihre nationale öffentliche Verwaltung für korrupt halten, identifizieren sich stärker mit der EU, weil sie eine positive Wirkung der EU auf die heimischen Institutionen erhoffen.

Schließlich spielen auch Einschätzungen der EU und der Nachbarländer für die europäische Identität eine Rolle. Vertrauen in EU-Institutionen und in Bürger aus Nachbarländern sowie das Gefühl kultureller Nähe zu anderen Europäern gehen mit stärkerer Europäischer Identität einher.

Die vielfältigen Faktoren, die in der empirischen Literatur als für europäische Identität relevant identifiziert worden sind, werden durch Abbildung 5 illustriert.

Abbildung 5: Determinanten europäischer Identität gemäß Erkenntnissen der Literatur



5. Europäische Identität: Empirische Ergebnisse für 2017

Die in Abbildung 5 zusammengefassten Forschungsergebnisse zu Korrelationen zwischen europäischer Identität und individuellen Charakteristika der Befragten oder Ländermerkmalen beruhen auf Daten, die teils viele Jahre zurückliegen. Im Folgenden analysieren wir Zusammenhänge zwischen europäischer Identität und einigen der in der Literatur diskutierten Variablen für Daten aus dem Jahr 2017. Es ist nicht auszuschließen, dass heute, nach prägenden Ereignissen wie der Verschuldungskrise im Euroraum, der Brexit-Entscheidung des Vereinigten Königreiches und der Veränderung des europäisch-amerikanischen Verhältnisses seit der Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten, Befragungsergebnisse zu europäischer Identität anders ausfallen als zuvor.

Als abhängige Variable in unserer Untersuchung betrachten wir das Vorliegen europäischer Identität. Wenn die europäische Identität in der Antwort auf die oben beschriebene Moreno-Frage entweder an erster oder zweiter Stelle genannt wird, nimmt unsere abhängige Variable den Wert eins an, andernfalls den Wert null. Wir betrachten drei Gruppen von erklärenden Variablen: Erstens individuelle Charakteristika wie Alter, Geschlecht, Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage, Beschäftigung (Student, Selbständig, Rentner usw.), Wohnort in einer städtischen oder ländlichen Gegend, im Haushalt lebende Kinder usw. Zur zweiten Variablengruppe gehören individuelle Auffassungen und bestimmte Aktivitäten; dazu gehören Reisen ins EU-Ausland in den letzten zwölf Monaten, Wissen über die EU, die Beteiligung an Diskussionen über die EU sowie allgemeiner Optimismus und Altruismus. Wichtig sind auch die Einschätzung der wirtschaftlichen Lage des eigenen Landes sowie die eigene politische Orientierung (moderat, linksradikal, rechtsradikal). Wir berücksichtigen auch eine Variable, in der folgende Frage beantwortet wird: Wodurch entsteht unter den EU-Bürgern ein Gemeinschaftsgefühl? Aus verschiedenen Antworten stellen wir drei Gruppen heraus: Kultur, Wirtschaft oder Rechtsstaatlichkeit.

Die dritte Variablengruppe enthält Charakteristika der Heimatländer der jeweils Befragten, darunter die Arbeitslosenquote als Indikator für die Wirtschaftslage, den Nettobeitrag zum EU-Budget und den KOF-Globalisierungsindex als Indikator für die wirtschaftliche Offenheit. Dazu kommt eine Reihe weiterer Ländereigenschaften. Dazu wird berücksichtigt, ob ein Land ein neues oder altes EU-Mitglied ist, seine geographische Lage und die Größe des Landes gemessen an Stimmgewichten im Europäischen Rat.

Die Ergebnisse unserer empirischen Analyse sind im Detail in Tabellen A2 und A3 im Anhang dargestellt.⁷ Die wichtigsten Resultate lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Studenten bilden die Gruppe in der Bevölkerung, in der europäische Identität am stärksten vorhanden ist. Unter älteren Menschen und Rentnern ist diese Identität schwächer ausgeprägt. Selbständige fühlen sich eher als Europäer als abhängig Beschäftigte. Arbeitslos zu sein hat keinen messbaren Effekt auf die gefühlte Zugehörigkeit zu Europa; positiv wirkt es allerdings, wenn die eigene wirtschaftliche Lage und die des eigenen Landes als gut eingeschätzt werden.
2. Wie zu erwarten, sind Reisen ins EU-Ausland und Kontakte mit EU-Ausländern positiv mit europäischer Identität korreliert, ebenso wie das individuelle Bildungsniveau und der Umfang des eigenen Wissens über die EU.
3. Bemerkenswert ist, dass auf die Frage, was Gemeinschaftsgefühl unter den EU-Bürgern schafft, die Antwort ‚Rechtsstaatlichkeit‘ stärker mit europäischer Identität korreliert ist als die Antworten ‚Kultur‘ und ‚Wirtschaft‘. Menschen, die großen Wert auf die Durchsetzung europäischer Regeln und Standards im Hinblick auf rechtsstaatliche Prinzipien legen, haben häufiger eine europäische Identität als jene, die Wirtschaft oder Kultur in den Vordergrund stellen oder sonstige Antworten gaben.
4. Wenn das eigene Land wirtschaftlich gut dasteht, fühlen sich seine Bürger häufiger als Europäer. Europäische Identität ist allerdings negativ korreliert mit dem Nettobeitrag des eigenen Landes zum EU-Budget, so dass es in Bezug den Wohlstand von Mitgliedstaaten gegenläufige Effekte gibt.

⁷ Details der empirischen Analyse einschließlich aller Informationen über die verwendeten empirischen Modelle finden sich in: Sarah Ciaglia, Clemens Fuest und Friedrich Heinemann (2018): What a feeling?! How to promote European Identity, Mannheim und München.

5. Es gibt Hinweise auf ein Süd-Nord-Gefälle. In Südeuropa ist europäische Identität besonders stark ausgeprägt und in den Ländern im Zentrum der EU immer noch vergleichsweise hoch. Hingegen ist die Identifikation mit Europa in den Staaten Nordeuropas, in Skandinavien und im Baltikum weniger stark ausgeprägt.

6. Initiativen zur Stärkung Europäischer Identität

Was bedeuten die im vorangehenden Abschnitt erläuterten Ergebnisse der empirischen Analyse für die Gestaltung von Initiativen zur Stärkung europäischer Identität? Welche Zielgruppen sollte man ansprechen und welche Instrumente einsetzen? Viele der Faktoren, die mit europäischer Identität korrelieren, sind nicht oder kaum beeinflussbar. Es gibt aber eine Reihe von Punkten, an denen die Politik ansetzen kann. Dabei ist einzuräumen, dass unsere empirische Analyse Korrelationen zeigt, aber nicht mit hinreichender Klarheit identifizierte kausale Wirkungszusammenhänge. Insofern beruhen die folgenden Vorschläge eher auf Plausibilitätsüberlegung im Lichte der beobachteten empirischen Zusammenhänge als auf nachweisbaren kausalen Wirkungsketten. Folgende Zielgruppen und Inhalte sollten unseren Erkenntnissen zufolge im Mittelpunkt stehen:

1. Ältere Menschen und Rentner: Da bei älteren Menschen und Rentnern europäische Identität wenig ausgeprägt ist, liegt es nahe, ihnen als Zielgruppe besondere Aufmerksamkeit zu widmen.
2. Bildung und Information betonen (kognitive Mobilisierung): Zielgruppe sollten Bürger mit mittlerem und niedrigem Bildungsniveau und eher geringen Kenntnissen über die EU und die Politik im Allgemeinen sein. Ziel sollte sein, diese Gruppen besser über die EU zu informieren und Diskussionen über eigene Anliegen dieser Gruppen und den Zusammenhang zu EU-Angelegenheiten anzuregen.
3. Transnationale Kontakte: Zielgruppe sollten Bürger sein, die wegen mangelnder Ressourcen oder Gelegenheiten bislang wenig grenzüberschreitende Kontakte haben. Man kann von positiven Erfahrungen mit dem Erasmus-Programm lernen, das aber bislang eher eine ohnehin europafreundliche Zielgruppe anspricht.
4. Sozioökonomische Situation: Zielgruppe sollten bildungsferne und einkommensschwache Bürger sein. Ziel sollte es auch für diese Gruppen sein, transnationale Kontakte und Auseinandersetzung mit europäischen Themen zu fördern.
5. Vertrauen in EU-Institutionen und Zufriedenheit mit Demokratie: Hier geht es darum, ausgewogene Informationen zu Europa und europäischen Institutionen verfügbar zu machen und mehr Möglichkeiten für Engagement und Teilhabe zu schaffen. Wichtig ist außerdem die stärkere Durchsetzung europäischer Standards für Rechtstaatlichkeit.
6. Kulturelle Nähe und gemeinsame Werte: Wünschenswert ist es, durch geeignete Ansätze Sprachkenntnisse und Verständnis für kulturelle Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen EU-Staaten fördern.

Wie kann man diese Überlegungen in konkrete Initiativen und Maßnahmen zur Stärkung europäischer Identität übersetzen? Wir schlagen die folgenden beispielhaften Maßnahmen und Programme vor:⁸

1. Erasmus-Programm für Senioren („Pensioner’s Erasmus“)

Dieses Programm greift die positiven Erfahrungen mit dem Erasmus-Programm auf, adaptiert dieses für Senioren und damit für eine Zielgruppe, die zumindest zum Teil oftmals nicht über Ressourcen und Gelegenheit für europäische Begegnungen verfügt. Die Grundidee ist die finanzielle Unterstützung von Reisen in andere europäische Länder, wobei die Reisen nicht einfach einem touristischen Zweck ohne wirkliche Begegnungen mit Menschen und der Kultur des Ziellandes dienen sollten. Dazu wäre die Teilnahme an kulturellen, historischen oder sozialen Projekten nachzuweisen oder aber eine sprachliche Fortbildung. Um Mitnahmeeffekte vermögender und vielreisender Senioren auszuschließen, wären Einkommensgrenzen angebracht.

2. Austauschprogramm für Beschäftigte („Europäische Walz“)

Auch die Idee einer „Europäischen Walz“ setzt an der Grunderkenntnis an, dass sich europäische Identität vor allem durch grenzüberschreitende Begegnungen ausbilden kann und dass europäische Programme nicht nur die ohnehin besonders mobilen Gruppen der Bevölkerung erreichen sollten. Im Rahmen der „Europäischen Walz“ könnten Berufstätige insbesondere aus Branchen mit wenig grenzüberschreitendem Austausch adressiert werden. Zu denken ist hier unter anderem an den Gesundheitssektor, den öffentlichen Dienst, das Rechtswesen, die Gastronomie und das Handwerk. Gefördert würden berufliche Aufenthalte von einigen Wochen oder Monaten in einem anderen EU-Staat. Dies würde nicht nur dem Austausch und der Mehrung von beruflichem Wissen dienen, sondern außerdem europäische Erfahrungen vermitteln. Wichtig für ein funktionsfähiges Modell wäre der Einbezug europäischer Berufsverbände.

3. Ein öffentlich-rechtlicher EU-Fernsehsender

Ein europäischer öffentlicher Sender sollte darauf abzielen, ausgewogen und unabhängig von der Politik und nationalen Sonderinteressen über Europa zu informieren und auf diese Weise die „kognitive Mobilisierung“ für europäische Themen voranzutreiben. Europäische Politikdebatten würden dabei naturgemäß eine große Aufmerksamkeit erfahren. Ein solcher Sender sollte von den nationalen Rundfunkanstalten gegründet werden. Sein primärer Auftrag läge im Bereich der informativen Sendeformate. Angemessene institutionelle Vorkehrungen nach dem Vorbild entsprechender nationaler Lösungen wären zu treffen, um die Unabhängigkeit des Senders von politischen Akteuren und eine journalistisch neutrale Berichterstattung zu gewährleisten. Die Nachrichtensendungen müssten in allen Amtssprachen der EU produziert werden.

4. Eine EU-Bürgerversammlung

Die Idee der EU-Bürgerversammlung greift die Erkenntnis auf, dass die Akzeptanz eines demokratischen Systems entscheidend durch die prozedurale Mitwirkung der Bürger und die Wahrnehmung von unverzerrter Meinungsbildung gemehrt werden kann. In der EU-Bürgerversammlung würden ähnlich wie in jüngsten ähnlichen Modellen in Irland eine repräsentativ bestimmte Auswahl von Menschen zusammenkommen und Entscheidungsempfehlungen oder Berichte zu konkreten Fragen erarbeiten.

⁸ Für weitere Details zu diesen Vorschlägen siehe Sarah Ciaglia, Clemens Fuest und Friedrich Heinemann (2018): What a feeling?! How to promote European Identity, Mannheim und München.

Diese könnten nicht für die EU-Organen verbindlich sein, hätten aber durch ihre Art der Erarbeitung und die öffentliche Wahrnehmung einen hohen Stellenwert im anschließenden politischen Entscheidungsprozess. Für eine funktionsfähige Versammlung sollte sich die Größenordnung der Versammlung zwischen 100 und 200 Menschen bewegen. Die logistische Unterstützung kann durch das Europäische Parlament erfolgen. Als Tagungsort empfiehlt sich etwa der Straßburger Sitz des Europäischen Parlaments außerhalb der dortigen Sitzungswochen.

5. Transnationale Listen für Wahlen zum Europäischen Parlament

Transnationale Parteienlisten als Ergänzung zu der bisherigen nationalen Wahl der Sitze im Europäischen Parlament wurden aktuell im Kontext der Nutzung der frei werdenden britischen Sitze bereits diskutiert, aber noch verworfen. Die Idee verdient aus mehreren Gründen eine weitere intensive Prüfung. Gesamteuropäische Parteilisten würden Kandidaten dazu zwingen, in ihren Wahlkämpfen tatsächlich europäische Politikentwürfe zu präsentieren, während nationale Kandidaten naturgemäß in ihren Kampagnen versuchen mit Politiken zugunsten des oftmals sehr eng verstandenen nationalen Interesses zu punkten. Die europäische Perspektive würde auch der oftmals einseitigen Fixierung auf nationale Rückflüsse ins eigene Land („Nettosaldendenken“) entgegen wirken und damit den Weg für die Bereitstellung wirklicher europäischer öffentlicher Güter durch den EU-Haushalt frei machen.

6. Gemeinsame diplomatische Vertretungen im Ausland (EU-Konsulate)

Gemeinsame EU-Konsulate wären für im Ausland reisende EU-Bürger ein sichtbares Zeichen dafür, dass die EU Leistungen mit hohem praktischem Nutzen bereitstellt. Schon heute arbeiten kleinere Mitgliedstaaten in gemeinsamen Botschaften und Konsulaten zusammen. An dieser Erfahrung lässt sich bei der Errichtung von EU-Konsulaten „mit 28 Flaggen“ (nach dem Brexit 27 Flaggen der Mitgliedstaaten plus EU-Flagge) anknüpfen. Dabei bestehen Aussichten auf Kostensenkungen im Vergleich zum gegenwärtig wenig abgestimmten Netz an nationalen EU-Vertretungen an vielen Orten der Welt. Die rechtlichen Voraussetzungen sind aufgrund der weit fortgeschrittenen Normierung des Visa- und Passwesens innerhalb der EU weitgehend gegeben. Wichtig bei der konkreten Ausgestaltung ist, dass EU-Bürger weiterhin Ansprechpartner in ihren Landessprachen antreffen.

7. Schlussfolgerungen und Ausblick

Ausgangspunkt unserer Überlegungen ist die aktuelle Krise der europäischen Integration, die durch den Brexit, die Zweifel am rechtsstaatlichen Kurs einiger osteuropäischer Staaten und zunehmende Konflikte über Migrationspolitik, Fiskal- und Wirtschaftspolitik im Euroraum sowie aufkommendem Nationalismus geprägt ist.

Eine Überwindung dieser Krise und erfolgreiche Fortsetzung des europäischen Integrationsprozesses erfordert neben anderen Dingen eine hinreichende Identifikation der europäischen Bürger mit Europa. Auf diesem Gebiet sind nicht nur negative Entwicklungen zu berichten. Die anhand von Umfragedaten gemessene Identifikation mit Europa hat in den letzten zehn Jahren EU-weit zugenommen. Eine deutliche Mehrheit der Bürger der EU sieht bei sich nicht nur eine nationale, sondern auch eine europäische Identität. In den einzelnen Mitgliedstaaten ist die Entwicklung allerdings unterschiedlich. Es gibt Länder, in denen die Identifikation mit Europa gesunken ist. Fragiler als die allgemeine Identität als Europäer ist die politische Unterstützung für die EU. Sie hat in vielen EU-Ländern während der Verschuldungskrise im Euroraum stark gelitten.

Wir haben in unserer empirischen Analyse verschiedene individuelle Charakteristika und länderspezifische Faktoren ermittelt, die mit europäischer Identität korreliert sind. Vor dem Hintergrund dieser Zusammenhänge haben wir Zielgruppen und Instrumente für Initiativen zur Stärkung Europäischer Identität definiert und sechs Maßnahmen untersucht und vorgeschlagen:

1. Erasmus-Programm für Senioren („Pensioner’s Erasmus“)
2. Austauschprogramm für Beschäftigte („Europäische Walz“)
3. Ein öffentlich-rechtlicher EU-Fernsehsender
4. Eine EU Bürgerversammlung
5. Transnationale Listen für Wahlen zum Europäischen Parlament
6. Gemeinsame diplomatische Vertretungen im Ausland (EU-Konsulate)

Das Ziel dieser Maßnahmen besteht nicht darin, die Bürger Europas auf paternalistische Weise im Rahmen eines ‚Nudging‘ dazu zu bringen, bestimmte Formen der Integration Europas zu akzeptieren oder bestimmte EU-Politiken oder die EU-Institutionen im Allgemeinen zu unterstützen. Es geht viel mehr darum, Informationsbarrieren zu beseitigen, die Aufmerksamkeit der Bürger für die Bedeutung europäischer Entwicklung zu gewinnen und durch mehr Information und Beteiligung rationalere und demokratischere Entscheidungen zu ermöglichen.

Literatur

- Banjac, M. and T. Pušnik (2015): Making Citizens, Being European? European Symbolism in Slovenian Citizenship Education Textbooks. *Compare – A Journal of Comparative and International Education* 45(5), 748–771.
- Bayley, P. and G. Williams (2012): *European Identity: What the Media Say*. Oxford University Press.
- Carey, S. (2002): Undivided Loyalties – Is National Identity an Obstacle to European Integration?. *European Union Politics* 3(4), 387–413.
- Checkel, J. T. and P. J. Katzenstein (eds.) (2009): *European Identity*. Cambridge University Press.
- Cram, L. (2012): Does the EU Need a Navel? Implicit and Explicit Identification with the European Union. *Journal of Common Market Studies* 50(1), 71–86.
- European Commission (2017): *Standard Eurobarometer 87.3 May 2017 – Public Opinion in the European Union*. Brussels.
- Friese, H. and P. Wagner (2002): Survey Article – The Nascent Political Philosophy of the European Polity. *The Journal of Political Philosophy* 10(3), 342–364.
- Hooghe, L. and S. Verhaegen (2017): The Effect of Political Trust in European Citizens on European Identity. *European Political Science Review* 9(2), 161–181.
- Kaina, V. (2013): How to Reduce Disorder in European Identity Research. *European Political Science* 12.

Kaina, V., I. P. Karolewski, and S. Kühn (eds.) (2016): *European Identity Revisited – New Approaches and Recent Empirical Evidence*. Routledge.

Lichtenstein, D. and C. Eilders (2015): Konstruktionen europäischer Identität in den medialen Debatten zur EU-Verfassung – Ein inhaltsanalytischer Vergleich von fünf EU-Staaten. *Publizistik* 60, 277–303.

Risse, T. (2010): *A Community of Europeans – Transnational Identities and Public Spheres*. Cornell University Press.

White, J. (2012): A Common European Identity is an Illusion. in: Zimmermann, H. and A. Dür (eds.): *Key Controversies in European Integration. The European Union Series*. Palgrave Macmillan, 103–111.

Anhang

Tabelle A1: Probit-Modell – abhängige Variable: europäische Identität (1: ja; 0: nein), marginale Effekte

	(1)	(2)
Alter (in Jahren)	-0,00369*** (0,000705)	
Student		0,226*** (0,0383)
Ruhestand		-0,0378* (0,0203)
Geschlecht (weiblich)	-0,112*** (0,0160)	-0,0586*** (0,0171)
Kinder im Haushalt	0,0617*** (0,0180)	0,0520*** (0,0189)
Multiple Nationalitäten	0,108 (0,0706)	0,0248 (0,0742)
Intra-EU-Migrant	0,641*** (0,0647)	0,500*** (0,0689)
Wohnort in großer Stadt	0,111*** (0,0184)	0,0353* (0,0195)
Finanzielle Situation (gut=1)	0,325*** (0,0181)	0,0489** (0,0202)
Bildung (in Jahren)	0,0741*** (0,00253)	0,0471*** (0,00271)
Beruf (Baseline: angestellt) – Ruhestand	-0,0446* (0,0254)	
Beruf – selbständig	0,0739** (0,0324)	
Beruf – Student	0,293*** (0,0405)	
Beruf – arbeitslos	0,107 (0,120)	
Kenntnisse (größte=3)		0,121*** (0,00985)
Diskussionen (oft=2)		0,187*** (0,0135)
Reisen (oft=2)		0,134*** (0,0134)
Austausch (oft=2)		0,195*** (0,0119)
Altruismus		0,0569*** (0,0170)
Optimismus (-2 bis 2, Maximum=2)		0,105*** (0,00772)
Regionale Orientierung (-2 bis 2, Maximum=2)		-0,0429*** (0,00924)
Ökonomische Lage des Landes (gut=1)		0,0892*** (0,0213)

Extreme Linke		-0,103*** (0,0312)
Extreme Rechte		-0,131*** (0,0342)
EU-Zweck (Baseline: sonstige) – Kultur		0,311*** (0,0242)
EU-Zweck – Wirtschaft		0,363*** (0,0240)
EU-Zweck – Rechtsstaat		0,487*** (0,0364)
Relatives Vertrauen in die EU (-2 bis 2, höher als für nationale Regierung=2)		0,0566*** (0,00867)
Relative Zufriedenheit mit EU-Demokratie (-4 bis 4, höher als für nationale Demokratie=4)		0,0163** (0,00809)
EU als Bedrohung der eigenen Kultur		-0,219*** (0,0251)
EU-Bürger haben gemeinsame Werte (-2 bis 2, stimme zu=2)		0,152*** (0,00812)
Mehr EU-Integration wünschenswert (-2 bis 2, stimme zu=2)		0,0960*** (0,00705)
EU-Zustimmung (-1 to 1, stimme zu=1)		0,0741*** (0,0108)
Konstante	-0,905*** (0,0661)	-1,434*** (0,0654)
<i>Länder-fixe Effekte enthalten</i>	<i>ja</i>	<i>ja</i>
Beobachtungen	28.007	28.007

Standardfehler in Klammern.

*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1

Alle Variablen, die nicht näher spezifiziert werden, sind Dummies oder haben 0 als Minimalwert.

Alle weiteren Details zu den Daten und zur Spezifikation siehe Sarah Ciaglia, Clemens Fuest und Friedrich Heinemann (2018): What a feeling?! How to promote European Identity, Mannheim und München.

Table A2: Probit-Modell mit länderspezifischen Variablen – abhängige Variable: europäische Identität (1: ja; 0: nein), marginale Effekte

	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Arbeitslosenquote (gruppiert, 0 bis 3)	0,00732 (0,00758)						-0,00398 (0,0111)
Nettozahlerstatus EU-Haushalt (gruppiert, -2 bis 2)	-0,0543*** (0,00639)						
KOF Globalisierungsindex (gruppiert, 0 bis 3)	0,0909*** (0,00983)						0,144*** (0,0129)
Ländergruppengröße (Baseline: groß) – mittel		-0,103*** (0,0218)				-0,157*** (0,0233)	-0,258*** (0,0253)
Ländergruppengröße (Baseline: groß) – klein		-0,297*** (0,0219)				-0,288*** (0,0278)	-0,329*** (0,0332)
Neues EU-Mitglied			-0,0199 (0,0179)			-0,0750 (0,0538)	0,0698 (0,0617)
Nettozahler EU-Haushalt				-0,0665*** (0,0188)		-0,179*** (0,0347)	-0,257*** (0,0362)
Geographische Lage (Baseline: Zentrum) – Ost					-0,118*** (0,0247)	-0,0837 (0,0639)	-0,0335 (0,0696)
Geographische Lage (Baseline: Zentrum) – Skandinavien und Norden					-0,434*** (0,0268)	-0,363*** (0,0287)	-0,323*** (0,0295)
Geographische Lage (Baseline: Zentrum) – Süden					0,0881*** (0,0289)	0,0156 (0,0392)	0,139*** (0,0482)
Konstante	-1,265*** (0,0491)	-1,040*** (0,0467)	-1,103*** (0,0461)	-1,097*** (0,0457)	-1,135*** (0,0500)	-0,945*** (0,0604)	-1,166*** (0,0635)
<i>Individualvariablen enthalten</i>	<i>ja</i>	<i>ja</i>	<i>ja</i>	<i>ja</i>	<i>ja</i>	<i>ja</i>	<i>ja</i>
Beobachtungen	28,007	28,007	28,007	28,007	28,007	28,007	28,007

Standardfehler in Klammern.

*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1

Alle Variablen, die nicht näher spezifiziert werden, sind Dummies oder haben 0 als Minimalwert.

Alle weiteren Details zu den Daten und zur Spezifikation siehe Sarah Ciaglia, Clemens Fuest und Friedrich Heinemann (2018): What a feeling?! How to promote European Identity, Mannheim und München.

EconPol Europe

EconPol Europe - The European Network for Economic and Fiscal Policy Research is a unique collaboration of policy-oriented university and non-university research institutes that will contribute their scientific expertise to the discussion of the future design of the European Union. In spring 2017, the network was founded by the ifo Institute together with eight other renowned European research institutes as a new voice for research in Europe.

The mission of EconPol Europe is to contribute its research findings to help solve the pressing economic and fiscal policy issues facing the European Union, and thus to anchor more deeply the European idea in the member states. Its tasks consist of joint interdisciplinary research in the following areas

- 1) sustainable growth and 'best practice',
- 2) reform of EU policies and the EU budget,
- 3) capital markets and the regulation of the financial sector and
- 4) governance and macroeconomic policy in the European Monetary Union.

Its task is also to transfer its research results to the relevant target groups in government, business and research as well as to the general public.