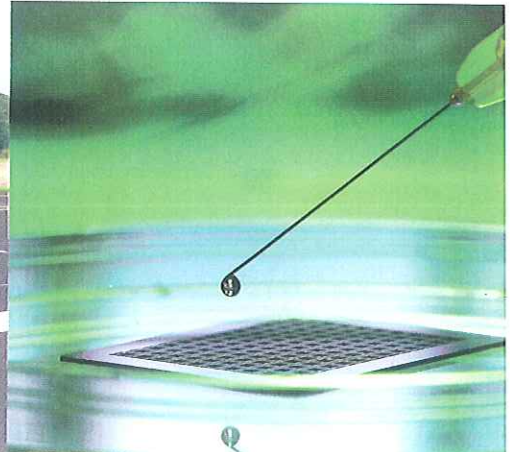
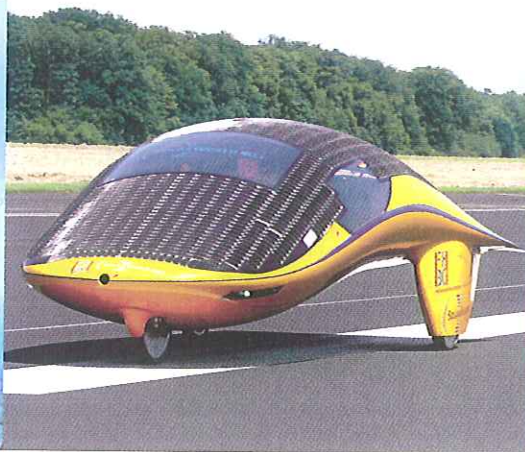




Ideen

Made in Germany.

Bilanz 2008



Deutschland
Land der Ideen






Inhalt

Vorwort	7
Stimmen des Präsidiums „Deutschland – Land der Ideen“	8
Das Land der Ideen im Jahr 2008	10
Wirtschaft und Technologie	16
Jugend und Bildung	30
Forschung und Wissenschaft	42
Kultur und Gesellschaft	52
Standort und Marke	64
Gremien und Träger	80



 „Überall in Deutschland gibt es Menschen, die Ideen haben, die etwas bewegen wollen.“




„Deutschland – ein Land der Ideen. Seitdem ich bei meinem Amtsantritt von diesem Leitbild sprach, ist durch viele gute Beispiele deutlich geworden, dass es in unserem Land tatsächlich nicht an Ideen mangelt. Eher schon mangelt es an der Umsetzung und Unterstützung für gute Ideen. Bei meinen vielen Besuchen stelle ich immer wieder fest: Überall in Deutschland gibt es Menschen, die Ideen haben, die etwas bewegen wollen und sich nicht durch Schwierigkeiten oder widrige Umstände entmutigen lassen. Diesen Menschen gibt der Wettbewerb ‚365 Orte im Land der Ideen‘ eine hervorragende Plattform, um auf sich und ihre Leistungen aufmerksam zu machen, um andere dafür zu interessieren und um möglichst viele anzuspornen, den guten Beispielen nachzueifern.“



Bundespräsident Horst Köhler,
Schirmherr der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“



 „Ideen, Erfindungen
und Patente können nur dann
Wirksamkeit entfalten, wenn
sie umgesetzt werden.“



Gerade in einer Zeit wirtschaftlicher Turbulenzen sehen wir, welche Bedeutung die reale Wirtschaft mit ihren Innovationen für unser Land hat. Deutschland und seine Produkte genießen zu Recht hohes Ansehen in der Welt.

Dies verstärkt die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ mit ihren Aktivitäten. Auch im Jahr 2008 hat sie ihren Wert als Plattform für Botschaften des Standortes Deutschland unter Beweis gestellt – und das nicht nur über die eigenen Landesgrenzen, sondern auch über Kontinente hinweg.

Auswärtiges Amt, Goethe-Institut, „Deutschland – Land der Ideen“ und deutsche Unternehmen präsentieren in China den Kultur- und Wirtschaftsstandort Deutschland mit großem Erfolg. Schwerpunkte der Veranstaltungen sind Zukunftsthemen der nachhaltigen Stadtentwicklung, die die rasante Urbanisierung Chinas bestimmen. Kulturträger, Forschungseinrichtungen und Unternehmen stellen sich dem Dialog und tragen so die Botschaft vom Land der Ideen bis nach Asien.

Die Organisatoren der Fußballweltmeisterschaften 2010 in Südafrika und 2014 in Brasilien profitieren im Vorfeld dieser Großereignisse gern von den Erfahrungen der Initiative zu den Themen Imagebildung und Steigerung der Wirtschaftskraft.

Mit der Veranstaltungsreihe „365 Orte im Land der Ideen“, die die Initiative mit ihrem Projektpartner Deutsche Bank durchführt, lenkt sie den Blick der Menschen auf Innovationen im eigenen Land. Unter den Preisträgern sind viele mittelständische Betriebe, die mit ihrem Erfindungsreichtum zu den Marktführern auf dem Weltmarkt gehören. Es sind Unternehmen wie diese, die Deutschland den Titel „Exportweltmeister“ sichern.

Ideen, Erfindungen und Patente können nur dann Wirksamkeit entfalten, wenn sie umgesetzt werden, Wissenschaft und Industrie hier Hand in Hand arbeiten. In gleicher Weise ergänzen sich Wirtschaft, Wissenschaft und Politik in dem gemeinsamen Ziel, im In- und Ausland ein positives Deutschlandbild zu vermitteln.

Der sprichwörtliche Forschungs- und Erfindergeist, für den unser Land steht, kommt nicht von ungefähr. Deutschland nimmt im europäischen Vergleich bei der Zahl der Nobelpreisträger hinter



Jürgen R. Thumann, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI) und Vorsitzender des Präsidiums „Deutschland – Land der Ideen“

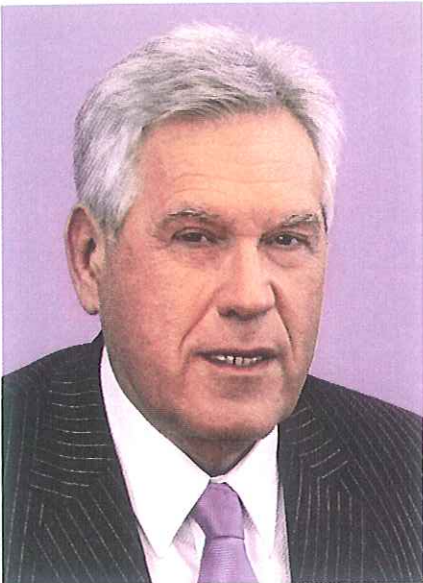
Großbritannien den zweiten Platz ein. Dies ist ein exzellentes Ergebnis, das in diesem Jahr durch den Nobelpreisträger der Medizin, Prof. Dr. Harald zur Hausen, untermauert wurde.

Die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ antizipiert die positiven Entwicklungen des Standortes, greift sie auf und macht sie öffentlich. Sie vermittelt damit glaubwürdig den Grundsatz „Deutschland ist führend durch Innovation“.

Jürgen R. Thumann
Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie und
Vorsitzender des Präsidiums „Deutschland – Land der Ideen“



Stimmen des Präsidiums „Deutschland – Land der Ideen“



Michael Glos,
Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

„Die Initiative ‚Deutschland – Land der Ideen‘ unterstützt die Bemühungen von Politik und Wirtschaft um Imagegewinn für den Standort und konjunkturellen Aufschwung im Land.“



Dr. Annette Schavan,
Bundesministerin für Bildung und Forschung

„Toleranz und Weltoffenheit sind Schlüsselkompetenzen der Zukunft. Doch nur mit Bildung und dem Wissen um andere Kulturen werden wir die Chancen offener Grenzen und weltweiten Austauschs zu nutzen wissen. Die Initiative vermittelt diese Botschaft gemeinsam mit meinem Ministerium.“



Dr. Frank-Walter Steinmeier,
Bundesminister des Auswärtigen

„Dass sich bei ‚Deutschland und China – Gemeinsam in Bewegung‘ ganz unterschiedliche deutsche Organisationen beteiligen, zeigt, wie umfassend die Präsentation Deutschlands in China ist. Auswärtiges Amt, Goethe-Institut, der Asien-Pazifik-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft und die Initiative ‚Deutschland – Land der Ideen‘ arbeiten gemeinsam an dieser wichtigen Aufgabe. Ich bin überzeugt, dass nur ein solcher gemeinschaftlicher Ansatz Erfolg haben kann und dass er in den kommenden Jahren Früchte tragen wird.“



Dr. Karl Hans Arnold,
Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.

„Ziel der Initiative ‚Deutschland – Land der Ideen‘ ist es, ein innovationsstarkes, modernes und weltoffenes Deutschlandbild im In- und Ausland zu präsentieren. Die Präsidiumsmitglieder unterstützen die Initiative in ihren Bestrebungen für ein effizientes Standortmarketing.“



Dr. Wulf H. Bernotat, Vorstandsvorsitzender
EON AG, Vorsitzender des Kuratoriums
„Deutschland – Land der Ideen“

„Ich bin der Überzeugung, dass wir als Wirtschaftsunternehmen im In- und Ausland für unser Land eintreten und seine Vorzüge und Besonderheiten propagieren sollten. Die Initiative bietet hierfür die geeignete Plattform. Sie erzielt mit ihrem modernen Standortmarketing, ihren Projekten und Veranstaltungen eine positive und nachhaltige Wirkung, weil die Botschaft vom Land der Ideen glaubwürdig und überzeugend ist.“



Dr. Tessen von Heydebreck,
Bundesverband deutscher Banken

„Die Veranstaltungsreihe ‚365 Orte im Land der Ideen‘ will zwischen den ‚Ausgewählten Orten‘ ein Netzwerk schaffen, um diesen so die Möglichkeit zu geben, voneinander zu lernen und sich gegenseitig in ihrer Außenwirkung zu stärken. So können sie vom Mut, der Neugier und der Kreativität des jeweils anderen profitieren.“

Die Initiative als Innovation: Markenschutz für Deutschland

„Deutschland ist führend durch Innovation.“ Von dieser ehrgeizigen Vision leitet der „Deutschland – Land der Ideen e.V.“ seinen Auftrag ab, ein zeitgemäßes Deutschlandbild nachhaltig zu festigen. Gemeinsam mit der Politik und dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) bietet „Deutschland – Land der Ideen“ deutschen Unternehmen, Vereinen und Verbänden die Möglichkeit, für sich und den Standort Deutschland zu werben und weitere Handlungsmöglichkeiten zu eröffnen.

Das Public-Private-Partnership-Modell der Initiative ist als Organisationsform eine Innovation aus dem Land der Ideen. Mit der Wort-Bild-Marke „Deutschland – Land der Ideen“ betritt die

Dr. Christian Czychowski von der Sozietät Boehmert & Boehmert, Mitglied im Verein „Deutschland – Land der Ideen e.V.“:

„In unserer Kanzlei glauben wir fest daran, dass dieser Staat nur Zukunft hat, wenn wir unser Gehirn anstrengen und daraus Verwertung ziehen. Wir werden nicht mehr mit Muskelkraft allein konkurrenzfähig sein.“



Initiative auch markenrechtlich Neuland. Zwar sind Anmeldungen von Dachmarken für Länderkampagnen nichts Ungewöhnliches, insbesondere im Bereich Touristik. Mit „Deutschland – Land der Ideen“ meldet allerdings erstmals eine Marke unter anderem Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für ein ganzes Land als Dienstleistung an. Das ist ein Novum. Denn das Markenrecht kennt bislang zwar den Schutz der Werbung für einzelne Waren oder Dienstleistungen, nicht jedoch für einen Staat. Die internationale Anerkennung des Markenschutzes wird so einen zusätzlichen Nutzen der Marke schaffen. Dieser Nutzen lässt sich im Rahmen des sogenannten finanzorientierten Ansatzes sogar als Markenwert beziffern.

Rechtsanwalt Dr. Christian Czychowski von der Sozietät Boehmert & Boehmert betreibt den Markenschutz für Deutschland. Der Fachanwalt für IT-Recht, Urheber- und Medienrecht ist damit beauftragt, die Rechte für die Wort-Bild-Marke „Deutschland – Land der Ideen“ zu erwerben. Für den Juristen eine besondere Aufgabe, weil „wir hier ja keinen Konsumgüterhersteller vertreten, sondern nicht mehr und nicht weniger als die Bundesrepublik Deutschland.“ Zunächst muss man sich überlegen: Für welche Ware oder Dienstleistung sollen eigentlich der Begriff oder das Logo geschützt werden? Denn nur für diese Waren oder Dienstleistungen kann es ein Zeichen sein, das man wieder erkennt, wie man die drei Dahlien jetzt zunehmend mit Deutschland assoziiert. Erst wenn die Marke eingetragen ist, kann die Initiative Lizenzverträge schließen, sagt Rechtsanwalt Czychowski: „Die Marke ist der Nukleus des ganzen Geschäftes.“