



09.03.2017

## PRESSEMITTEILUNG

### **„Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“: Baden-Württemberg hat beliebtesten Slogan aller Bundesländer**

**Von Studierenden erforscht: Universität Hohenheim untersucht Bekanntheit und Beliebtheit von den Slogans der Bundesländer**

**PRESSEFOTOS unter [www.uni-hohenheim.de](http://www.uni-hohenheim.de)**

**Rund 70 % der Deutschen kennt ihn: den Slogan „Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“ des Landes Baden-Württemberg. So das Ergebnis einer Online-Befragung zu Marketing-Qualitäten von Bundesländer-Slogans von Studierenden der Universität Hohenheim. Die Notwendigkeit von Slogans ist unter den 1.247 Teilnehmern durchaus umstritten. Ein weiteres Ergebnis: „Lieber keinen Slogan als einen schlechten“, meinen 71,6 Prozent der Teilnehmer. Die Studie fand im Rahmen des Reformprojekts „Humboldt reloaded“ der Universität statt. Kurzfassung der Studie unter [www.uni-hohenheim.de/presse](http://www.uni-hohenheim.de/presse)**

54,4 Prozent der Befragten finden Baden-Württembergs Slogan richtig gut und wählen ihn unter allen Slogans auf Platz eins. Platz 2 und 3 gehen an das Saarland („Großes entsteht immer im Kleinen“) und Thüringen („Hier hat Zukunft Tradition“) mit je 52,4 und 51,9 Prozent.

Das Podest knapp verpasst hat Schleswig-Holsteins „Der echte Norden“ mit 50,8 Prozent. Schlusslicht der Beliebtheitskala mit gerade einmal 15,1 Prozent ist Niedersachsen mit ihrem Slogan „Niedersachsen. Klar.“

#### **Hier das Beliebtheits-Ranking der Slogans im Überblick**

1. **Baden-Württemberg:** „Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“
2. **Saarland:** „Großes entsteht immer im Kleinen.“
3. **Thüringen:** „Hier hat Zukunft Tradition.“
4. **Schleswig-Holstein:** „Der echte Norden.“
5. **Brandenburg:** „Neue Perspektiven entdecken.“
6. **Bremen:** „Bremen erleben.“
7. **Hamburg:** „Wachsen mit Weitsicht.“
8. **Berlin:** „Be Berlin.“
9. **Nordrhein-Westfalen:** „Germany at its best.“

10. **Mecklenburg-Vorpommern:** „MV tut gut.“
11. **Sachsen-Anhalt:** „Ursprungsland der Reformation.“
12. **Hessen:** „An Hessen führt kein Weg vorbei.“
13. **Mecklenburg-Vorpommern:** „Land zum Leben.“
14. **Sachsen:** „So geht Sächsisch.“
15. **Rheinland-Pfalz:** „Wir machen's einfach.“
16. **Baden-Württemberg:** „Wir sind Süden.“
17. **Niedersachsen:** „Niedersachsen. Klar.“

## **Lieber keinen als einen schlechten Slogan**

„Bei der Umfrage ist uns besonders aufgefallen, dass 71,6 Prozent der Befragten lieber keinen Slogan für ein Bundesland haben als einen schlechten“ sagt Prof. Dr. Markus Voeth von der Universität Hohenheim und Leiter der Befragung. „Nur 24,3 Prozent finden es überhaupt wichtig, dass ein Bundesland einen Slogan hat.“

## **Schon mal gehört?**

69,2 Prozent aller Teilnehmer der Online-Befragung aus ganz Deutschland geben an, Baden-Württembergs Slogan zumindest schon einmal gehört zu haben. Sachsen und Hessen liegen mit 29,3 und 26,6 Prozent und deutlichem Abstand auf den Plätzen 2 und 3.

Schlusslicht in der Bekanntheits-Skala ist Hamburg: Hier haben gerade einmal 11,8 Prozent der Probanden den Slogan schon einmal gehört.

## **„So geht Sächsisch“ passt zu Sachsen**

91,3 Prozent der Befragten finden, dass „So geht Sächsisch“ sein Bundesland passend widerspiegelt. Auch die Slogans von Bremen, Berlin und Baden-Württemberg bewerten die Studienteilnehmer mit 84,6 Prozent, 83,6 Prozent und 83,2 Prozent als repräsentative Aussage für ihr Bundesland.

Die Slogans zu Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz hingegen fanden nur 35,3 und 34,9 Prozent passend. Die Online-Befragung fand im Rahmen eines Seminars zu Humboldt reloaded statt.

## **Hintergrund: Humboldt reloaded**

Das Reformprojekt Humboldt reloaded will Studierende von Beginn an für die Wissenschaft begeistern. Die Studierenden arbeiten in kleinen Forschungsgruppen mit optimaler Betreuung. Die Projekte werden im Block oder über ein bis zwei Semester durchgeführt. Der Startschuss zu Humboldt reloaded fiel im Jahr 2011. 2014 zeichneten der Stifterverband für die deutsche Wissenschaft und die Hochschulrektorenkonferenz Prof. Dr. Martin Blum als Initiator von Humboldt reloaded mit dem Ars legendi-Preis für Exzellenz in der Lehre aus. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) finanziert Humboldt reloaded in der zweiten Förderperiode von 2016 bis 2020 mit rund 7,5 Mio. Euro durch den Qualitätspakt Lehre.

---

Kontakt für Medien:

Prof. Dr. Markus Voeth, Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Marketing & Business Development  
T 0711 459-22925; E [voeth@uni-hohenheim.de](mailto:voeth@uni-hohenheim.de)