Jacek Kucharczyk, Agnieszka Łada-Konefał

Deutsche und Polen aus nächster Nähe

Kontakte und Bilder vom Nachbarn 35 Jahre nach der Unterzeichnung des Nachbarschaftsvertrags

Deutsch-Polnisches Barometer 2026

DEUTSCH-POLNISCHES BAROMETER

25 Jahre deutsch-polnische Wahrnehmungsstudien

JACEK KUCHARCZYK, AGNIESZKA ŁADA-KONEFAŁ

DEUTSCHE UND POLEN AUS NÄCHSTER NÄHE. KONTAKTE UND BILDER VOM NACHBARN 35 JAHRE NACH DER UNTERZEICHNUNG DES NACHBARSCHAFTSVERTRAGS

DEUTSCH-POLNISCHES BAROMETER 2026

TEIL 1

Zentrale Schlussfolgerungen

- Traditionell unterscheiden sich Polen und Deutsche hinsichtlich der Intensität ihrer Kontakte zum Nachbarland und zu dessen Einwohnern, wobei die Polen diese Kontakte häufiger erwähnen. Bewohner der Grenzgebiete pflegen an dieser Stelle tendenziell einen vergleichsweise engeren Austausch, doch auch hier sind auf beiden Seiten der Grenze unter den Befragten Unterschiede festzustellen.
- Polen, die in den Grenzregionen leben, geben doppelt so häufig an, seit 1990 ein paar Mal in Deutschland gewesen zu sein, wie Polen in den übrigen Woiwodschaften, und fünfmal so häufig sagen sie, regelmäßig jenseits von Oder und Neiße zu sein. Bei den Deutschen sind diese Unterschiede nicht ganz so ausgeprägt.
- Drei Viertel der Polen, die in den Grenzgebieten leben, waren seit 1990 mindestens einmal in Deutschland, während nur jeder zweite Deutsche, der in den angrenzenden Bundesländern wohnt, Polen besucht hat.
- Deutliche Unterschiede zwischen Polen und Deutschen bestehen hinsichtlich der Gründe für ihre Reisen ins Nachbarland. Den Hauptgrund für die Besuche bildet in beiden Fällen der Tourismus. Einkaufen oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen stehen bei den Deutschen an zweiter Stelle, bei den Polen hingegen erst an vierter Stelle. Unter Bewohnern der Grenzregionen in beiden Ländern wird dieser Grund allerdings erwartungsgemäß häufiger genannt.
- Die im Grenzgebiet lebenden Polen pflegen anderthalb Mal häufiger direkte Kontakte zu Deutschen als dies Einwohner aus anderen Woiwodschaften angeben – sowohl zu Deutschen in Polen und in Deutschland als auch zu in Deutschland lebenden Polen. Auch deutsche Grenzbewohner geben häufiger als andere Deutsche an, Kontakte zu Polen zu haben, doch fallen diese Unterschiede geringer aus als auf polnischer Seite.
- Das Bild des Nachbarlandes ist in beiden Gesellschaften insgesamt positiv, beruht jedoch auf unterschiedlichen Faktoren. Die Polen schätzen vor allem die deutsche Straßen- und Bahninfrastruktur sowie die touristische Attraktivität des Landes, während die Deutschen die günstigen Preise in Polen, die Freundlichkeit der Polen und schließlich auch – vergleichbar – die touristische Attraktivität vor Ort am meisten schätzen. Eine Ausnahme bildet der Aspekt der Sicherheit – dies ist der einzige Bereich, in dem die Polen überwiegend negative Eindrücke von Deutschland haben. Die Deutschen bewerten das Sicherheitsniveau in Polen hingegen eher positiv.

- Die deutsche Herkunft eines Produkts motiviert fast viermal so viele Polen zum Kauf, als dass sie sie davon abhält. In Deutschland hingegen gibt die überwiegende Mehrheit der Befragten an, dass die polnische Herkunft eines Produkts sie weder zum Kauf animiert noch sie davon abhält.
- Der direkte Kontakt ins Nachbarland korreliert auf beiden Seiten der Grenze mit einem besseren und klareren Bild vom Nachbarn: Personen, die das Nachbarland besuchen – insbesondere solche, die dies ein paar Mal bzw. regelmäßig tun –, nehmen es häufiger positiv wahr, während das Fehlen solcher Erfahrungen eher zu Unsicherheit bei der Beurteilung als zu Kritik führt. Ferner gibt es in Polen einen starken Zusammenhang zwischen dem Bild, das man sich von Deutschland macht, und der eigenen politischen Präferenz, während in Deutschland Unterschiede zwischen Anhängern verschiedener Wählergruppen geringer ausfallen. Auffällig ist dabei vor allem das relativ positive Bild von Polen unter den Wählern der Alternative für Deutschland.

Einleitung

Im Jahr 2026 feiern Polen und Deutschland den 35. Jahrestag der Unterzeichnung des Vertrags über gute Nachbarschaft und freundschaftliche Zusammenarbeit. Der Vertrag eröffnete neue Möglichkeiten der Kooperation, begründete für die bilateralen Beziehungen wichtige Institutionen wie das Deutsch-Polnische Jugendwerk oder die Stiftung für deutsch-polnische Zusammenarbeit und wies auf die Notwendigkeit der Zusammenarbeit auf dem Weg Polens in die damalige Europäische Gemeinschaft hin.

Das „Deutsch-Polnische Barometer" begleitet die deutsch-polnischen Beziehungen fast seit dem Zeitpunkt der Unterzeichnung des Vertrags und zeigt auf, wie sich die Wahrnehmung der gegenseitigen Beziehungen sowie das gegenseitige Bild von Polen und Deutschen gewandelt haben. Die diesjährige Analyse konzentriert sich sowohl auf die persönlichen Kontakte zwischen Vertretern beider Gesellschaften als auch auf die Politik beider Länder.

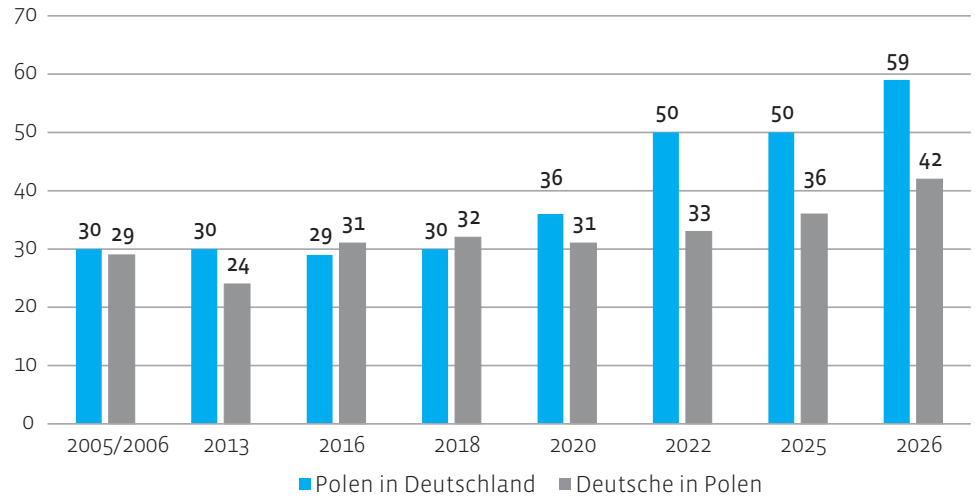
Der aktuellen Ausgabe des „Deutsch-Polnischen Barometers" kommt eine besondere Bedeutung zu, da die Umfrage zum ersten Mal in beiden Ländern zusätzlich auch gezielt den Grenzraum in den Blick nimmt. Das liegt darin begründet, dass sich die Projektpartner sehr bewusst sind, welch wichtige Rolle den Grenzregionen bei der Annäherung beider Länder zukommt und wie spezifisch die Situation dieser Regionen im Vergleich zu anderen in den deutsch-polnischen Beziehungen ist. Die Vergrößerung der Stichprobe in diesen Regionen ermöglicht insoweit einen vertieften Vergleich der Meinungen der Einwohner dort in Grenznähe mit Einschätzungen der Menschen aus den übrigen Teilen beider Länder. Um statistische Analysen zu ermöglichen, haben die Autoren das Grenzgebiet in einem weiten Sinn definiert – als die angrenzenden Woiwodschaften und Bundesländer (einschließlich Berlin).

Der nachstehende Text beschreibt den ersten Teil der Ergebnisse aus dem Jahr 2026. Die übrigen Ergebnisse werden in einem Bericht enthalten sein, der im November 2026 erscheinen wird.

Die Unterzeichnung des Vertrags über gute Nachbarschaft und freundschaftliche Zusammenarbeit schuf die Grundlage für eine engere Kooperation und damit auch für häufigere Kontakte zwischen Deutschen und Polen. Doch erst der Beitritt Polens zur Europäischen Union und vor allem der Beitritt zum Schengen-Raum im Jahr 2007 haben den Besuch des Nachbarlandes am meisten befördert. Das persönliche Kennenlernen der Lebensweise jenseits der Grenze, die Möglichkeit, den jeweiligen Entwicklungsstand zu beobachten, und der direkte Kontakt mit den Einwohnern beeinflussen die Wahrnehmung des je anderen Landes und seiner Einwohner, wie eine Reihe von Ausgaben des „Deutsch-Polnischen Barometers“ zeigen. Daher bitten wir die Befragten seit Beginn der Erhebungen anzugeben, ob sie seit der Wende von 1989/1990 im jeweils anderen Land waren.

Heute, im Jahr 2026, geben 59 Prozent der Polen an, seit der deutschen Wiedervereinigung in Deutschland gewesen zu sein, während zugleich 42 Prozent der Deutschen ihrerseits angeben, seit dem wirtschaftlichen und politischen Systemwechsel 1989 in Polen gewesen zu sein. In beiden Gruppen steigt dieser Anteil seit Jahren schrittweise an.

Abbildung 1. Waren Sie schon einmal nach 1989/90 in Deutschland/Polen? Antworten der Polen und Deutschen in den Jahren 2005–2026 (in %)



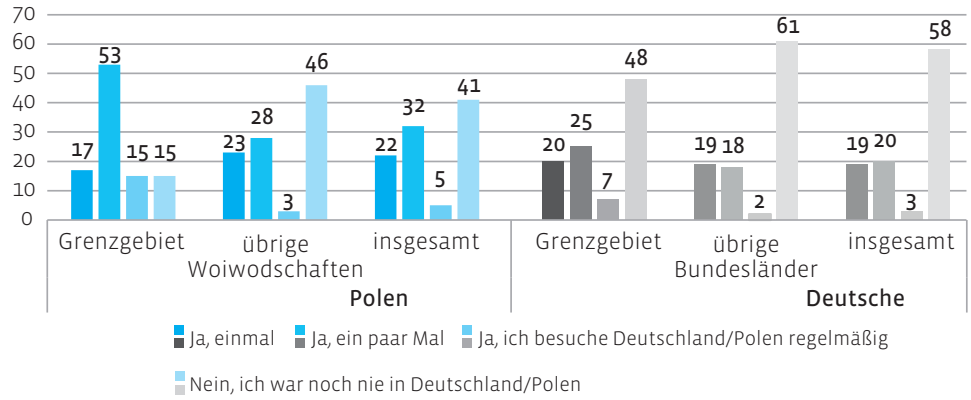
Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

Polen, die das Nachbarland besucht haben, taten dies ein paar Mal (32 %) oder einmal (22 %). Auf Seiten der deutschen Befragten sind diese

beiden Gruppen gleich groß und machen jeweils etwa ein Fünftel der Umfrageteilnehmer (ca. 20 %) aus.

Wie zu erwarten war, geben Bewohner der Grenzgebiete häufiger als Bewohner anderer Regionen Polens und Deutschlands an, das Nachbarland besucht zu haben. **Auf polnischer Seite sind die Unterschiede jedoch deutlich größer** – fast doppelt so viele Polen, die im Grenzgebiet leben, geben im Vergleich zu Polen aus den übrigen Woiwodschaften an, bereits ein paar Mal in Deutschland gewesen zu sein (53 % vs. 28 %), und fünfmal so viele berichten von regelmäßigen Besuchen (15 % vs. 3 %). Im letzten Fall spielt unter deutschen Befragten die Nähe des Wohnortes zur Grenze eine besonders große Rolle: Deutsche aus dem Grenzgebiet fahren dreimal häufiger als die übrigen Befragten regelmäßig nach Polen (7 % vs. 2 %). Zählt man die positiven Antworten zusammen, zeigt sich: **Während drei Viertel der Polen aus dem Grenzgebiet nach 1990 Deutschland besuchten, war nur jeder zweite Deutsche aus den angrenzenden Bundesländern seitdem in Polen.**

Abbildung 2. Waren Sie schon einmal nach 1989/90 in Deutschland/Polen? Antworten der Polen und Deutschen nach Wohnregion und Häufigkeit der Besuche im Jahr 2026 (in %)



Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

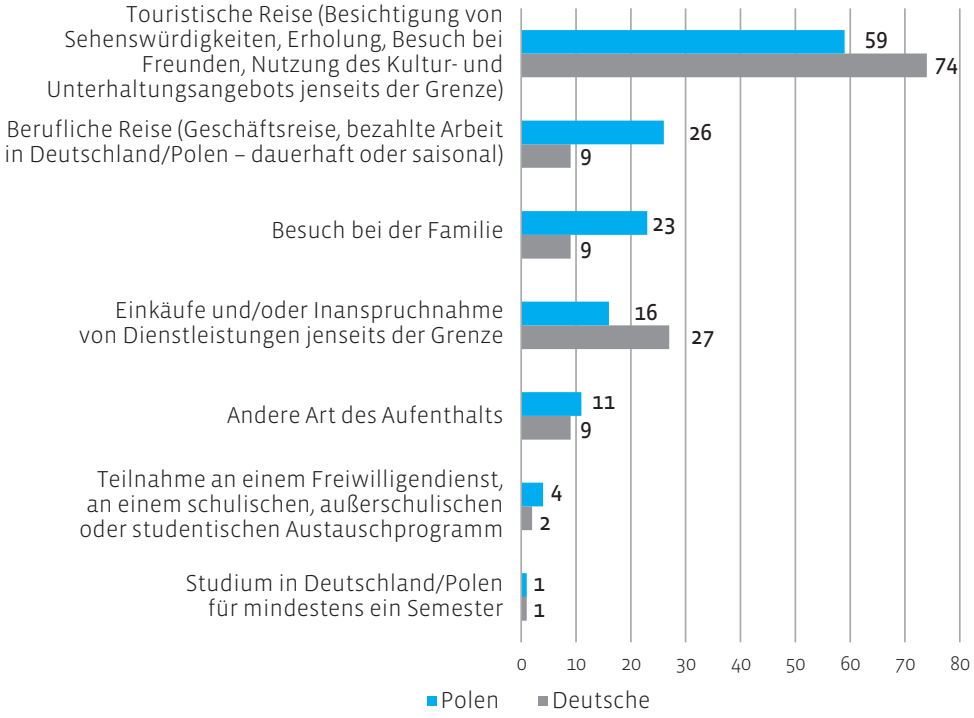
Deutliche Unterschiede zwischen Polen und Deutschen zeigen sich hinsichtlich der Gründe für Reisen ins Nachbarland.

Der häufigste Grund für eine Reise nach Deutschland, den die Polen angeben, ist der Tourismus (59 %). Nur halb so viele Befragte geben hingegen an, Verwandte zu besuchen (23 %) oder im Zusammenhang mit dem eigenen Beruf – sei es dauerhaft oder saisonal – ins Nachbarland zu reisen (26 %). Interessanterweise werden Berufsreisen von den Bewohnern der Grenzregion ebenso häufig als Reisegrund genannt wie von Befragten aus weiter entfernten Woiwodschaften. Hinsichtlich der anderen beiden Reisegründe fallen allerdings doch unterschiedliche Häufigkeiten auf: Umfrageteilnehmer aus Grenzgebieten reisen im Vergleich mit solchen aus entfernteren Teilen Polens sowohl zu touristischen Zwecken (zwei Drittel vs. 57 %) als auch zum

Einkaufen (38 % vs. 10 %) deutlich öfter nach Deutschland; die geografische Nähe dürfte in diesen beiden Kontexten für die Bewohner der Grenzregion schlicht ausschlaggebend sein

Wie die Polen besuchen auch die Deutschen das Nachbarland am häufigsten zu touristischen Zwecken (74 %). Bei den Deutschen steht jedoch – mit großem Abstand zum Tourismus – ein anderer Grund an zweiter Stelle: Einkäufe bzw. die Inanspruchnahme von Dienstleistungen (27 %). Auch hier zeigen sich starke Unterschiede zwischen Einwohnern aus an Polen angrenzenden Bundesländern (37 %) und solchen aus den übrigen Regionen des Landes (22 %). Berufliche Reisen oder Familienbesuche nennen neun Prozent aller Befragten als Grund – so sogar etwas häufiger die Angaben von Personen aus Bundesländern, die nicht unmittelbar an Polen angrenzen.

Abbildung 3. Worum ging es bei Ihrer Reise bzw. Ihren Reisen nach Deutschland/Polen? Antworten der Polen und Deutschen im Jahr 2026 (in %)



Die Frage wurde von Personen beantwortet, die sich nach 1989/1990 in Polen/Deutschland aufgehalten haben. Eine beliebige Anzahl von Gründen konnte angekreuzt werden.

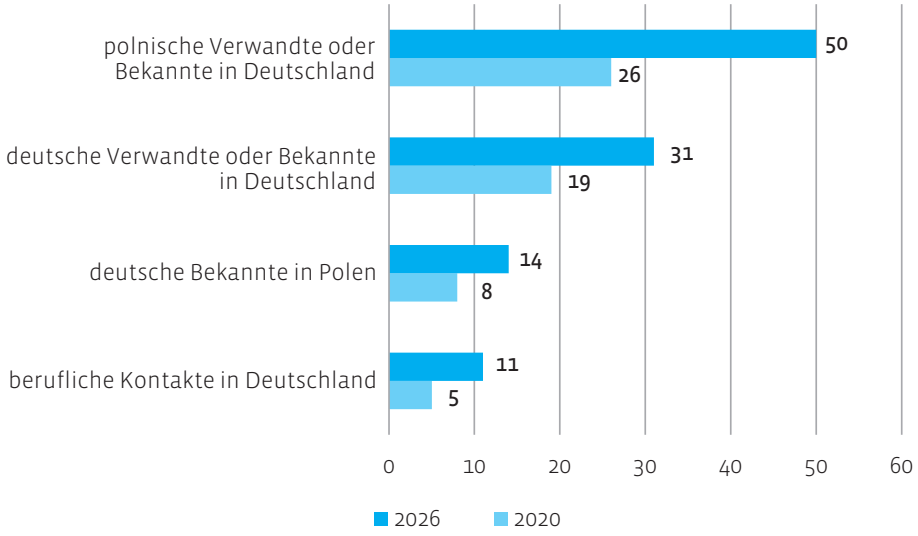
Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

In den letzten sechs Jahren ist der Anteil der Polen, die direkte Kontakte nach Deutschland zu haben angeben, deutlich gestiegen. Am häufigsten nennen die Befragten in diesem Kontext Verwandte und Bekannte, die in Deutschland leben: die Hälfte aller Befragten gibt solche Kontakte an. Das sind doppelt so viele Kontakte wie noch im Jahr 2020. Ein Drittel der Polen gibt an, deutsche Verwandte oder Bekannte in Deutschland zu haben, und

14 Prozent geben an, in Polen lebende Deutsche zu kennen. Jeder zehnte Pole unterhält berufliche Kontakte nach Deutschland.

Dabei geben Bewohner der polnischen Grenzregion im Vergleich mit solchen aus dem übrigen Polen derartige Kontakte anderthalb Mal häufiger an.

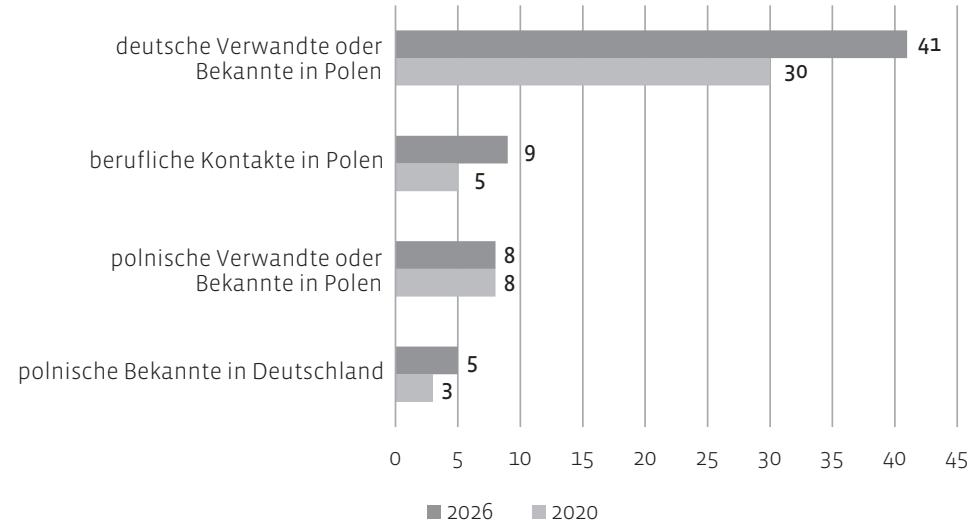
Abbildung 4. Welche direkten Kontakte haben Sie zu Vertretern der Gesellschaft des Nachbarlandes? Von Polen bejahte Antworten im Jahr 2020 und 2026 (in %)



Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

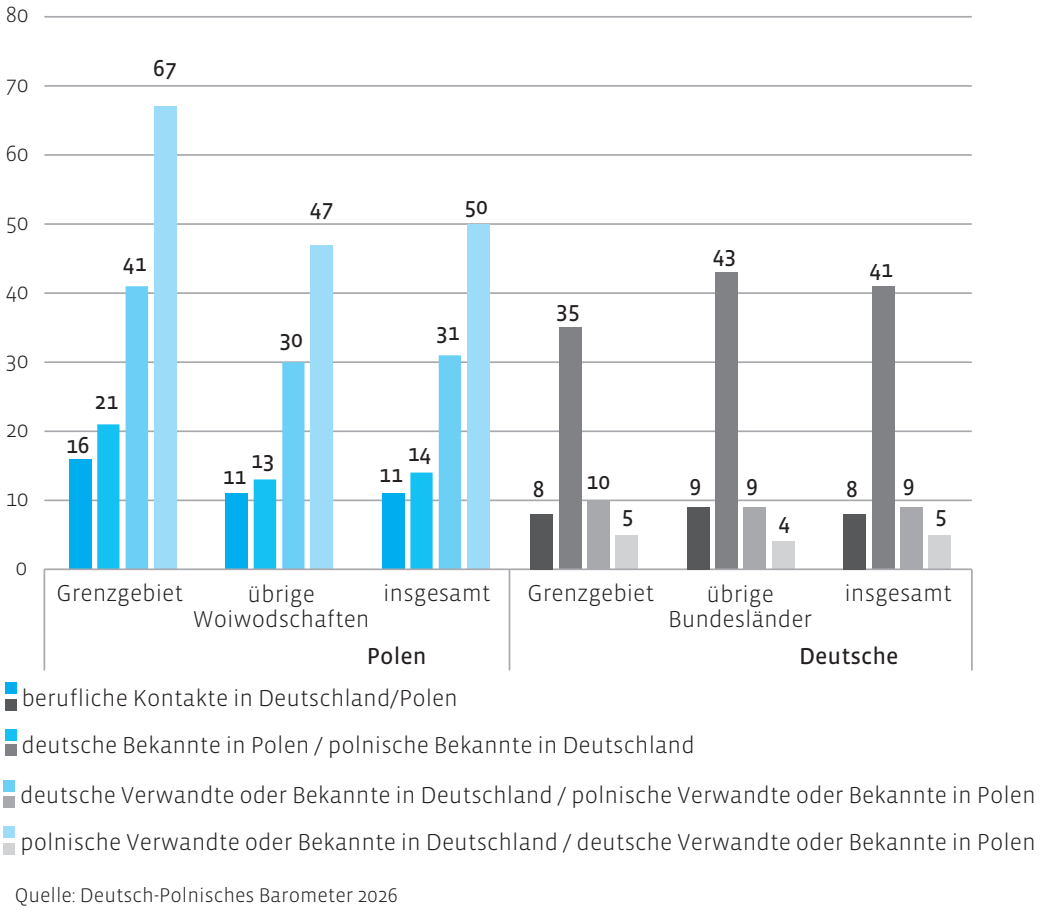
Auf deutscher Seite stieg vor allem der Anteil der Befragten, die polnische Bekannte in Deutschland haben (von 30 % auf 41 %). Betreffend die anderen Arten direkter Kontakte sind keine wesentlichen Veränderungen zu verzeichnen; diese werden deutlich seltener genannt als auf polnischer Seite. Die bestehenden Ungleichgewichte sind vor allem darauf zurückzuführen, dass weitaus weniger Deutsche in Polen leben als Polen in Deutschland. Hingegen geben Polen und Deutsche berufliche Kontakte zu vergleichbar hohen Anteilen an.

Abbildung 5. Welche direkten Kontakte haben Sie zu Vertretern der Gesellschaft des Nachbarlandes? Von Deutschen bejahte Antworten im Jahr 2020 und 2026 (in %)



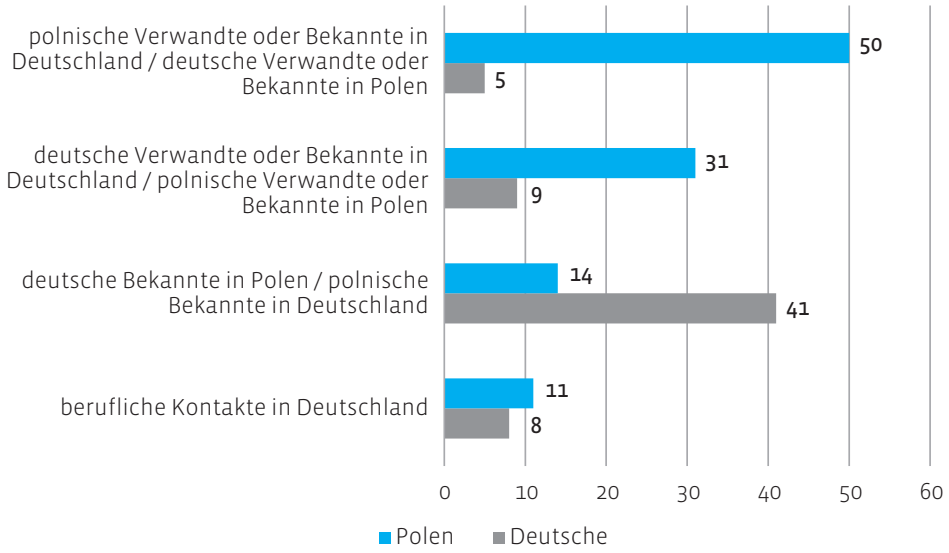
Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

Abbildung 6. Welche direkten Kontakte haben Sie zu Vertretern der Gesellschaft des Nachbarlandes? Von Polen und Deutschen bejahte Antworten nach Wohnregion im Jahr 2026 (in %)



Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

Abbildung 7. Welche direkten Kontakte haben Sie zu Vertretern der Gesellschaft des Nachbarlandes? Von Polen und Deutschen bejahte Antworten im Jahr 2026 (in %)

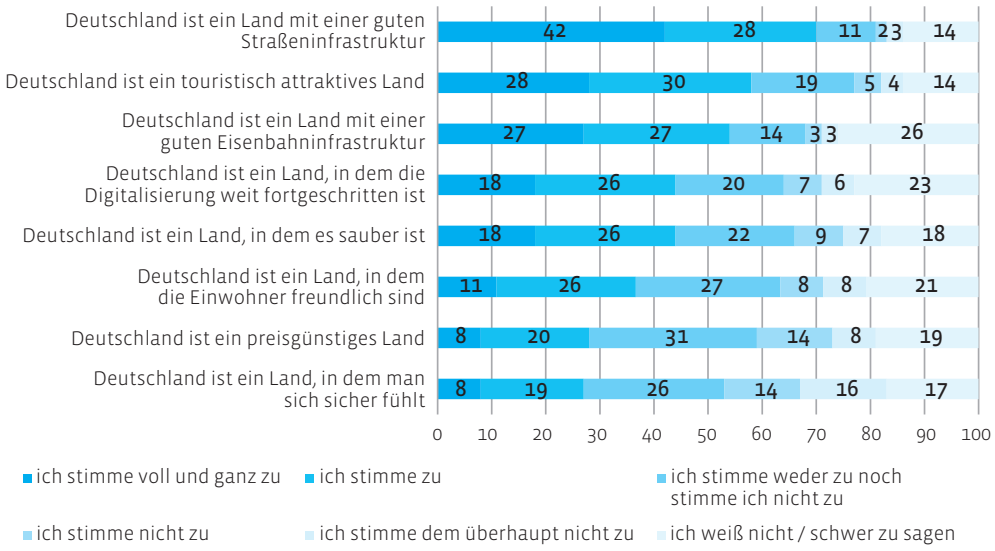


Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

Meinungen der Polen über Deutschland

Die Polen betrachten Deutschland als ein Land mit einer gut ausgebauten Infrastruktur, insbesondere im Straßenverkehr (70 % positive Antworten, davon 42 % sehr positiv), während sie die deutsche Bahninfrastruktur etwas schlechter bewerten (54 % positive Bewertungen). **Auch die touristische Attraktivität Deutschlands wird sehr positiv wahrgenommen.** Dieses zuletzt genannte Merkmal (58 % positive Bewertungen) gehört jedoch nicht zu den beständigen stereotypen Vorstellungen der Polen betreffend ihr Nachbarland, was daraufhin deutet, dass das Bild von Deutschland in Polen vielschichtiger ist, als man annimmt.

Abbildung 8. Was für ein Land ist Deutschland? Antworten der Polen im Jahr 2026 (in %)



Die Befragten konnten die Aussagen mit Hilfe einer Skala von 1 bis 5 bewerten, wobei 1 bedeutet, dass sie der genannten Aussage überhaupt nicht zustimmen, und 5, dass sie ihr voll und ganz zustimmen.

Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

Weniger eindeutig beurteilen die polnischen Befragten zwei weitere Merkmale, denen in der Umfrage nachgegangen wurde und die mit dem Stereotyp von Deutschland als zivilisatorisch fortschrittlichem Land zusammenhängen. **44 Prozent der Polen äußern sich positiv über den Stand der Digitalisierung in Deutschland** und ebenso stark wird die Auffassung vertreten, Deutschland sei ein sauberes Land. **Etwas mehr als ein Drittel**

der Befragten (37 %) ist der Ansicht, die Einwohner Deutschlands seien freundliche Menschen, wohingegen weniger stark die Meinung der Befragten ausgeprägt ist, **das Land sei preisgünstig** (28 %). Wie man sieht, sind bestimmte stereotype Vorstellungen über Deutschland – sowohl positive (gut ausgebaute Infrastruktur) als auch negative (hohe Preise) – in der polnischen Wahrnehmung dieses Landes nach wie vor recht stark verankert, trotz der Diskussionen in Kreisen polnischer Meinungsmacher (Journalisten, Experten u.a.) über ein Schrumpfen der Entwicklungsunterschiede (einschließlich unterschiedlich hoher Einkommen) zwischen beiden Ländern.

Die Polen sind am kritischsten, was die Frage betrifft, ob Deutschland ein sicheres Land ist. Nur 27 Prozent der Befragten stimmen dieser Aussage zu, während 30 Prozent der Befragten gegenteiliger Meinung sind. Dies ist somit der einzige Aspekt im Rahmen der Umfrage, bei dem mehr negative als positive Antworten zu verzeichnen sind. Bei den übrigen Themen, selbst bei solchen, bei denen weniger als die Hälfte der Befragten eine positive Einschätzung abgibt, fällt der Anteil an negativen Antworten deutlich geringer aus. Häufiger finden sich neutrale Positionen (im Bereich mittlerer Werte auf der Skala) oder verweigerte Antworten („ich weiß nicht / schwer zu sagen"). Daher ist die polnische Wahrnehmung von Deutschland als einem nicht besonders sicheren Land insofern bemerkenswert, als dass andere Untersuchungen – durchgeführt vom Zentrum für Meinungsforschung, CBOS – ergeben haben, dass die überwiegende Mehrheit der Polinnen und Polen das eigene Land als sicher betrachtet.

Faktoren, die das Bild Deutschlands in den Augen der Polen beeinflussen

Ein persönlicher Aufenthalt in Deutschland trägt zu einer positiveren Bewertung des Landes bei. Polnische Befragte, die nach dem Jahr 1990 im Nachbarland waren, finden Deutschland häufiger touristisch attraktiv als Personen ohne solche Erfahrungen (69 % vs. 41 %), bewerten die Straßen- (81 % vs. 55 %) und Bahninfrastruktur (63 % vs. 43 %) positiver und sehen die Einwohner Deutschlands häufiger als freundlich an (46 % vs. 24 %). Auch die Sauberkeit (51 % vs. 35 %), günstigere Preise (33 % vs. 21 %) und die Sicherheit (31 % vs. 20 %) bewerten sie häufiger positiv. Der geringste Unterschied besteht in der Bewertung des Digitalisierungsgrades (47 % vs. 40 %).

Weniger unmittelbare Erfahrung in Ermangelung eigener Aufenthalte in Deutschland hingegen führt häufiger zu Unsicherheit denn zu einer kritischen Haltung. Personen, die noch nie in Deutschland waren, wählen deutlich häufiger die Antwort „schwer zu sagen". Dies zeigt sich besonders deutlich in der Bewertung der Sauberkeit (33 % vs. 6 % bei denjenigen, die Deutschland besucht haben) sowie der Freundlichkeit der Einwohner (38 % vs. 9 %).

Auch die Häufigkeit des Kontakts mit dem Land spielt eine gewichtige Rolle. Personen, die bereits mehrmals in Deutschland waren oder das Land regelmäßig besuchen, äußern häufiger positive Meinungen als Befragte, die höchstens einmal oder sogar noch nie dort waren. Die größten Unterschiede sind festzustellen hinsichtlich der touristischen Attraktivität (73 % vs. 49 %), der Straßeninfrastruktur (85 % vs. 62 %) und der Freundlichkeit der Einwohner (49 % vs. 30 %).

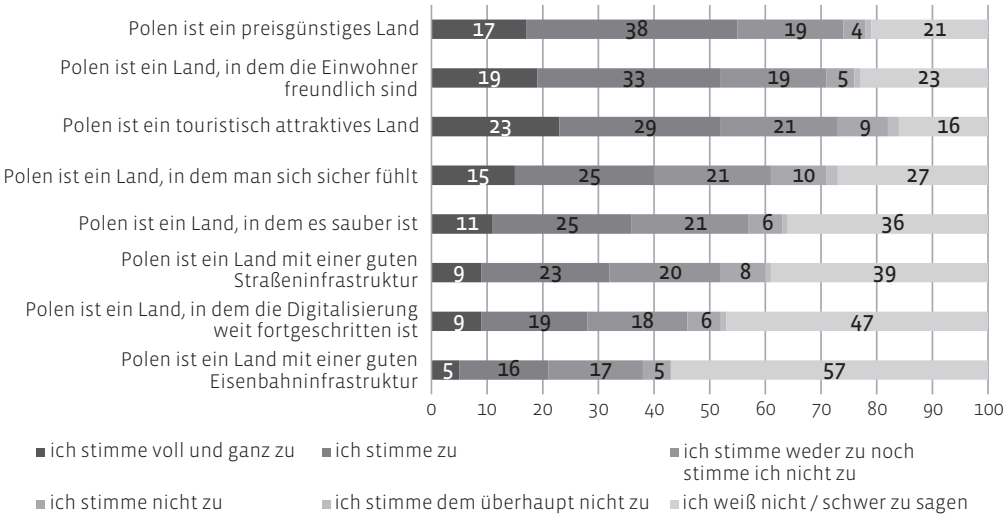
Die Einwohner grenznaher Woiwodschaften haben ein ausgeprägteres, wenn auch nicht immer besseres Bild von Deutschland als Menschen aus den übrigen Woiwodschaften. Die Bewohner der Grenzregionen sehen den Zustand der deutschen Straßeninfrastruktur, die Sauberkeit und insbesondere die touristische Attraktivität Deutschlands positiver, bewerten die Qualität der digitalen Infrastruktur hingegen als schlechter. Demgegenüber wählen Einwohner der übrigen Woiwodschaften in durchweg allen Bereichen deutlich häufiger die Antwort „schwer zu sagen".

Anhänger der Parteien der Regierungskoalition (Bürgerkoalition, Die Linke, Polnische Volkspartei, Polen 2050) bewerten Deutschland deutlich positiver als Wähler der oppositionellen rechten Parteien (Recht und Gerechtigkeit, Konföderation, Konföderation der Polnischen Krone). So liegen beispielsweise die positiven Bewertungen betreffend die touristische Attraktivität Deutschlands seitens der Anhänger der Linken und der Bürgerkoalition bei 74 bis 76 Prozent, hingegen auf Seiten derjenigen von Recht und Gerechtigkeit bei 55 Prozent und derjenigen der Konföderation der Polnischen Krone sogar bei nur 39 Prozent. Die Wählerschaft der oppositionellen rechten Parteien steht Deutschland ferner auch in einem weiteren Bereich deutlich kritischer gegenüber: 43 bis 59 Prozent der Wähler dieser Gruppierungen geben an, dass es im Nachbarland an Sicherheit mangelt, wohingegen Anhänger der Linken und der Bürgerkoalition diese Auffassung nur bis zu Anteilen von 9 bis 17 Prozent teilen.

Meinungen der Deutschen über Polen

Die Deutschen sehen Polen meist als preisgünstiges Land an. 55 Prozent der Befragten stimmen dieser Aussage zu. Nur geringfügig weniger Menschen sind der Auffassung, dass die Einwohner Polens freundlich sind (52 %) und Polen ein touristisch attraktives Land ist (52 %). **Im Vergleich zu den Meinungen der Polen über Deutschland fallen die Bewertungen hinsichtlich der günstigeren Preise und der Freundlichkeit der Einwohner besonders positiv aus:** Entsprechende Eigenschaften schreiben 28 bzw. 37 Prozent der Polen den Deutschen zu. Die Deutschen bewerten das Nachbarland etwas seltener als die Polen als touristisch attraktiv (52 % vs. 58 %).

Abbildung 9. Was für ein Land ist Polen? Antworten der Deutschen im Jahr 2026 (in %)



Die Befragten konnten die Aussagen mit Hilfe einer Skala von 1 bis 5 bewerten, wobei 1 bedeutet, dass sie der genannten Aussage überhaupt nicht zustimmen, und 5, dass sie ihr voll und ganz zustimmen.

Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

Die übrigen Merkmale erhalten in Deutschland weniger positive Bewertungen – allesamt mit Werten von unter 50 Prozent. **40 Prozent der Befragten halten Polen für ein sicheres Land, 36 Prozent für ein sauberes und 32 Prozent für ein Land mit guter Straßeninfrastruktur.** Noch seltener werden der Digitalisierungsgrad (28 %) und die Bahninfrastruktur (21 %) positiv bewertet. Im Vergleich der gegenseitigen Bewertungen schneidet Polen zwar bei der Sicherheit deutlich besser ab, da nur 27 Prozent der Polen Deutschland für sicher halten; Deutschland hat jedoch einen deutlichen Vorsprung in der Bewertung der Straßeninfrastruktur (70 % vs. 32 %), der Bahninfrastruktur (54 % vs. 21 %), des Digitalisierungsgrades (44 % vs. 28 %) und der Sauberkeit (44 % vs. 36 %).

Den relativ geringen Anteilen an positiven Bewertungen zu Polen stehen allerdings keine negativen Meinungen im Übermaß gegenüber. In jedem der untersuchten Bereiche überwiegen die positiven Antworten die negativen, obwohl viele Deutsche sich bestimmte Merkmale des Nachbarlandes zu beurteilen nicht in der Lage sehen. Die Antwort „ich weiß nicht / schwer zu sagen“ dominiert im Fall der Bahninfrastruktur (57 %), und einen hohen Anteil erreichen solcherlei Antworten auch in der Bewertung der Digitalisierung (47 %), der Straßeninfrastruktur (39 %) und der Sauberkeit (36 %). Das deutsche Gesamtbild von Polen ist folglich eher positiv, bleibt jedoch in einigen Bereichen unvollständig.

Faktoren, die das Bild Polens in den Augen der Deutschen beeinflussen

Ein persönlicher Aufenthalt in Polen ist mit einem deutlich positiveren Bild des Landes verbunden. Befragte, die Polen seit 1989 besucht haben, finden das Land – im Vergleich zu Personen ohne diese Erfahrung – deutlich häufiger touristisch attraktiv (71 % vs. 38 %), sicher (56 % vs. 27 %) und sauber (53 % vs. 25 %), die Menschen dort freundlich (69 % vs. 40 %) und die Straßeninfrastruktur gut ausgebaut (47 % vs. 22 %).

Auch hier führt das Fehlen von Erfahrungen mangels eines vorherigen Aufenthaltes in Polen eher zu Unsicherheit denn zu einer negativen Bewertung. Deutsche, die noch nie in Polen waren, wählen deutlich häufiger die Antwort „schwer zu sagen". Dies gilt insbesondere betreffend die Sauberkeit (52 % vs. 13 % bei denjenigen, die Polen besucht haben), die Straßeninfrastruktur (55 % vs. 16 %) sowie die Sicherheit (41 % vs. 8 %).

Häufigere Besuche verstärken positive Meinungen zusätzlich. Personen, die bereits mehrmals in Polen waren oder das Land regelmäßig besuchen, bewerten es häufiger positiver als Befragte, die nur einmal oder noch nie dort waren. Die Unterschiede betreffen unter anderem die touristische Attraktivität (76 % vs. 45 %), die Sicherheit (62 % vs. 33 %) sowie den Digitalisierungsgrad (46 % vs. 22 %).

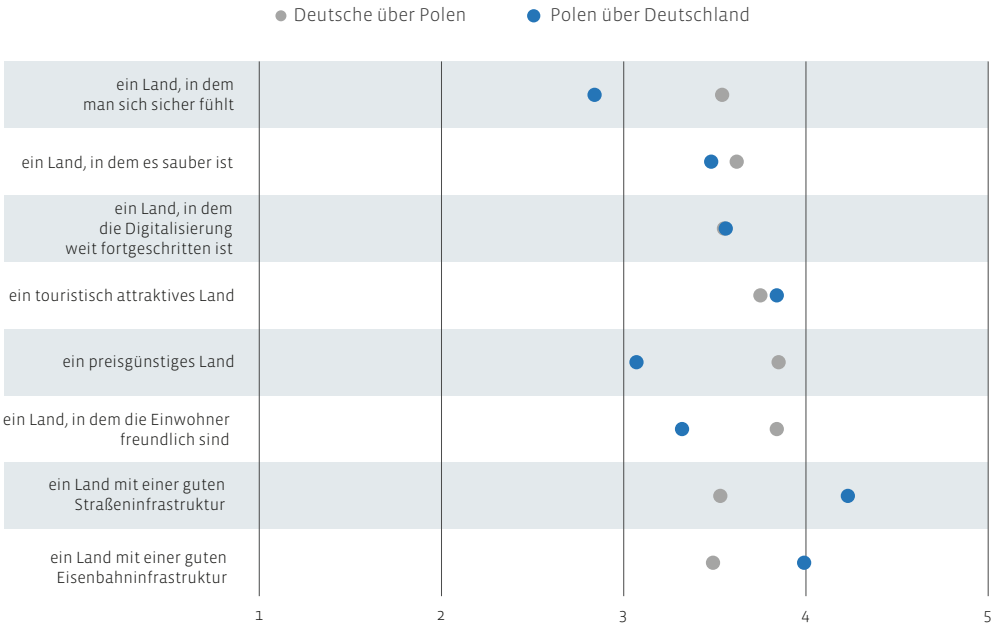
Einwohner grenznaher Bundesländer haben in allen untersuchten Bereichen häufiger ein positives Bild von Polen als Einwohner aus den restlichen Teilen des Landes, beispielsweise in Bezug auf Sicherheit (47 % vs. 37 % positive Antworten), Sauberkeit (44 % vs. 35 %) sowie den Zustand der digitalen Infrastruktur (33 % vs. 26 %), der Straßen- (40 % vs. 30 %) und der Bahninfrastruktur (26 % vs. 19 %). Ähnlich wie in Polen geben Einwohner der übrigen Bundesländer deutlich häufiger an, keine Kenntnisse über das Nachbarland zu haben, als Einwohner grenznaher Regionen.

Die Unterschiede zwischen den Wählern der großen politischen Parteien in Deutschland sind weniger ausgeprägt als in Polen; überraschend ist jedoch, dass Wähler der Alternative für Deutschland das vergleichsweise positivste Bild von Polen haben. In sechs von acht untersuchten Bereichen bewerten sie Polen positver als die Anhänger der übrigen großen Parteien. So halten beispielsweise 61 Prozent der Wählerschaft der AfD Polen für ein sicheres Land, gegenüber 41 Prozent der CDU/CSU-Wähler und 33 Prozent der SPD-Wähler. Und die Straßeninfrastruktur wird von 51 Prozent, 32 Prozent bzw. 32 Prozent der Befragten positiv bewertet. Lediglich in Bezug auf vergleichsweise günstigere Preise im Nachbarland und die Freundlichkeit der Einwohner sind die höchsten Bewertungen bei den Anhängern der FDP verortet, obwohl auch in diesen Bereichen die Meinungen der AfD-Wähler mit zu den positivsten zählen.

Meinungen der Polen über Deutschland und der Deutschen über Polen

Antworten auf Fragen zum Bild des jeweils anderen Landes lassen sich auch in Form von Durchschnittswerten der Meinungen polnischer und deutscher Befragter zum Nachbarland darstellen. Die Befragten beantworteten hierbei die Fragen auf einer Skala von 1 (starke Ablehnung der jeweiligen Aussage) bis 5 (ausdrückliche Zustimmung zur jeweiligen Aussage). Die so ermittelten Durchschnittswerte berücksichtigen zwar nicht die Antwort „schwer zu sagen", zeigen jedoch einen relativen Überhang an positiven bzw. negativen Antworten, sodass ein Wert über 3 als positiv und ein Wert unter 3 als negativ eingestuft wird. In Abbildung 10 sind die gemittelten Antworten der Polen und Deutschen zum jeweils anderen Land gegenübergestellt.

Abbildung 10. Was für ein Land ist Deutschland/Polen? Durchschnittliche Antworten der Polen und Deutschen im Jahr 2026



Die Befragten konnten die Aussagen mit Hilfe einer Skala von 1 bis 5 bewerten, wobei 1 bedeutet, dass sie der genannten Aussage überhaupt nicht zustimmen, und 5, dass sie ihr voll und ganz zustimmen.

Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

Wie leicht zu erkennen ist, liegen auf polnischer und deutscher Seite die Antworten überwiegend über einem Wert von 3, was bedeutet, dass das Bild des Nachbarlandes beidseits der Grenze positiv ist. Die einzige Abweichung von diesem Ergebnis bildet **ein geringerer Überhang an polnischen Antworten, nach denen das Sicherheitsniveau in Deutschland negativ bewertet wird (2,84)** – und dies ist umso bemerkenswerter, als die Deutschen die Sicherheit in Polen eindeutig positiv bewerteten (3,54). Auf deutscher Seite hingegen fallen alle Antworten zum Image Polens positiv aus, wobei

die höchsten Durchschnittswerte darauf hindeuten, dass Polen für die Deutschen ein preisgünstiges Land ist (3,86), die Polen freundliche Menschen sind (3,84) und Polen touristisch attraktiv ist (3,75). Für die polnischen Befragten hingegen bilden die sehr gute Straßen- (4,23) und Bahninfrastruktur (3,99) sowie die touristische Attraktivität (3,84) die Stärken Deutschlands. Letzteres ist beiden Ländern gemeinsam, wird jedoch in Diskussionen über die polnische Sicht auf Deutschland oft übersehen.

Wahrnehmung von Produkten aus dem Nachbarland

Ein etwas anderer, aber ebenso aussagekräftiger Indikator dafür, wie eine Gesellschaft das Nachbarland wahrnimmt, ist die Bewertung der dort hergestellten Waren. In Polen hörte man jahrelang, dass „Chemie aus Deutschland" oder deutsche Autos besser seien als vergleichbare Produkte aus anderen Ländern. Assoziationen, die Polen mit Deutschland haben und immer wieder auch im „Deutsch-Polnischen Barometer" untersucht wurden (zuletzt im Jahr 2024), deuten ebenfalls darauf hin, dass es eine Gruppe von Polen gibt, die Produkte deutscher Herkunft besonders schätzt. Gleichzeitig hört man seit ein paar Jahren von einigen rechten Politikern oder aus ihnen nahestehenden Kreisen, man solle keine deutschen Produkte kaufen, um den Deutschen nicht zu ermöglichen, sich zu bereichern, stattdessen sei vielmehr die Unterstützung polnischer Marken ein Ausdruck von Patriotismus.

Stand 2026 hat die größte Gruppe der Polen keine klare Meinung dazu, ob die Tatsache, dass ein Produkt aus Deutschland stammt, sie zum Kauf animiert oder sie eher davon abhält (42 %). Rechnet man die Personen hinzu, die diese Frage gar nicht beantworten, zeigt sich, dass mehr als die Hälfte der Polen (52 %) hier keine klare Präferenz hat. Unter den übrigen Befragten überwiegt die Gruppe derer, die deutsche Produkte positiv sehen (38 %), während die wenigsten Befragten durch die deutsche Herkunft der Ware vom Kauf abgeschreckt werden (10 %).

Bei der Analyse der **Faktoren, die die Einstellung zu deutschen Produkten beeinflussen**, lassen sich bestimmte Tendenzen erkennen:

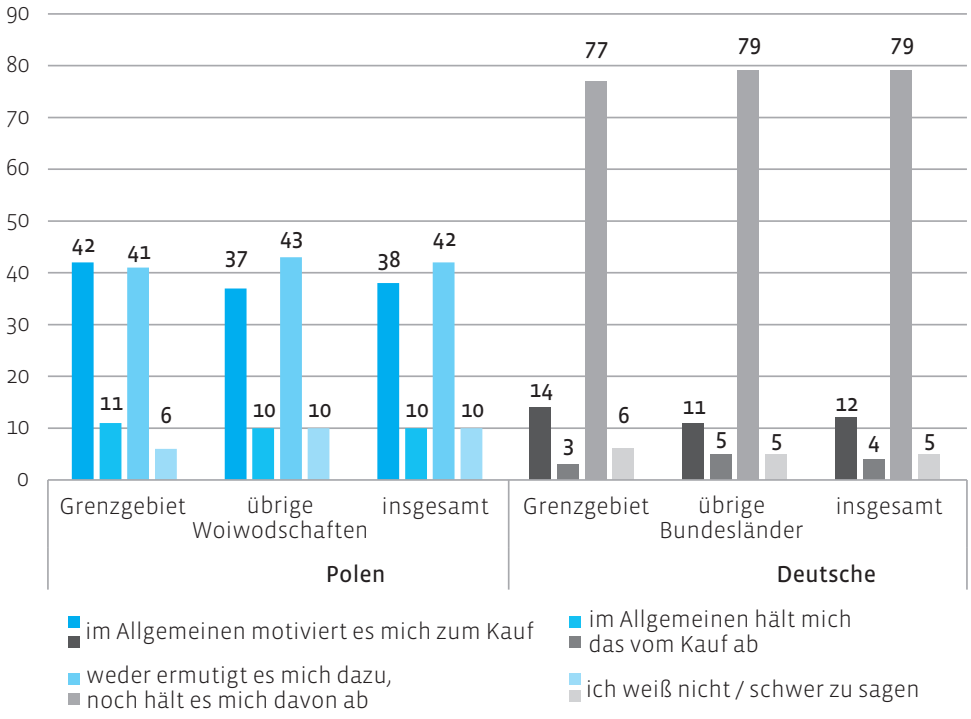
Wer schon in Deutschland war, hat eine positivere Wahrnehmung deutscher Produkte. Die Information, dass ein Produkt in Deutschland hergestellt wurde, regt Personen, die dieses Land besucht haben, häufiger zum Kauf an (44 % vs. 29 %), insbesondere diejenigen, die bereits mehrmals oder regelmäßig dort waren (47 % vs. 33 % bei denjenigen, die nur einmal oder gar nicht dort waren). Befragte mit weniger Erfahrung haben in dieser Frage häufiger keine Meinung: Die Antwort „ich weiß nicht / schwer zu sagen" geben 16 Prozent der Personen an, die noch nie in Deutschland waren, gegenüber 5 Prozent derer, die schon dort waren. Sogar im Vergleich derjenigen, die nur einmal oder noch nie im Nachbarland waren, mit denen, die Deutsch-

land regelmäßig besuchen oder mehrmals besucht haben, zeigt sich dieser Unterschied (13 % vs. 5 %). **Ob die Befragten in der Grenzregion leben oder nicht, hat in diesem Fall keinen Einfluss auf die Antworten.**

Die politische Einstellung ist ein Indikator für die Akzeptanz deutscher Produkte. Anhänger der Polnischen Volkspartei (61 %), der Bürgerkoalition (59 %) und der Linken (54 %) geben häufiger an, dass die deutsche Herkunft eines Produkts sie zum Kauf animiert, als Wähler der Partei Recht und Gerechtigkeit (22 %) oder der Konföderation der Polnischen Krone (21 %). Letztere sind die größten Gegner deutscher Produkte: 36 Prozent von ihnen lehnen in Deutschland hergestellte Produkte ab.

Für die überwiegende Mehrheit der Deutschen (79 %) hat die Information, dass eine Ware aus Polen stammt, beim Kauf weder abschreckende noch anregende Wirkung, und 5 Prozent haben dazu keine Meinung. Unter den übrigen Befragten ist der Anteil derjenigen, die dadurch zum Kauf animiert werden, dreimal so hoch wie der Anteil jener, die dadurch vom Kauf abgehalten werden (12 % vs. 4 %). In den letzten zwölf Jahren waren an dieser Stelle lediglich gewisse Meinungsverschiebungen zugunsten polnischer Produkte zu verzeichnen. Im Jahr 2013 etwa, als wir diese Frage in Deutschland schon einmal stellten, gaben 9 Prozent der Befragten an, sich dadurch zum Kauf angeregt zu fühlen, während 13 Prozent bekannten, dadurch vom Kauf abgehalten zu werden.

Abbildung 11. Wenn Sie erfahren, dass ein Produkt in Deutschland bzw. in Polen hergestellt wurde, motiviert Sie das eher zum Kauf oder hält es Sie eher davon ab? Antworten der Polen und Deutschen nach Wohnregion im Jahr 2026 (in %)



Quelle: Deutsch-Polnisches Barometer 2026

Die Antworten der Deutschen betreffend ihre Bereitschaft, Produkte aus dem Nachbarland zu kaufen, weisen ähnliche Tendenzen auf wie die der Polen:

Der Zusammenhang zwischen dem Faktor, bereits selbst in Polen gewesen zu sein, und der Bewertung polnischer Produkte durch Deutsche ist schwächer als in der polnischen Stichprobe. Die polnische Herkunft der Ware regt 16 Prozent der Deutschen, die bereits in Polen waren, zum Kauf an, hingegen nur 9 Prozent der Personen ohne eben eine solche Erfahrung. Bei mehreren oder regelmäßigen Aufenthalten liegt dieser Anteil sogar bei 19 Prozent, gegenüber 10 Prozent bei Personen, die nur einmal oder gar nicht in Polen waren.

Ähnlich wie bei den Polen **hat der Wohnort keinen Einfluss auf die Kaufpräferenz der Deutschen.**

Auch die Unterschiede zwischen den Wählergruppen fallen gering aus. Am häufigsten animiert die polnische Herkunft eines Produkts die AfD-Wähler zum Kauf (17 %), während dieser Anteil bei Wählern der übrigen großen Parteien bei 9 bis 11 Prozent liegt.

Schlussbemerkungen

35 Jahre nach der Unterzeichnung des Vertrags über gute Nachbarschaft und freundschaftliche Zusammenarbeit bleibt dieses Dokument ein wichtiger Bezugspunkt, doch die Beständigkeit guter nachbarschaftlicher Beziehungen hängt davon ab, ob der formale Rahmen von konkreten Kontakten begleitet wird. Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung zeigen, dass persönliche Erfahrungen mit dem anderen Land – insbesondere wiederholte Besuche – mit einem positiveren und klareren Bild des Nachbarn korrelieren, während fehlender Kontakt sich bei den Befragten vor allem in Form von Unsicherheit niederschlägt. Grenzregionen, Jugendaustausch, Tourismus, die Zusammenarbeit von Institutionen sowie alltägliche berufliche und familiäre Beziehungen sind daher von besonderer Bedeutung. Soziale Kontakte allein erklären jedoch nicht alle Einschätzungen.

Auf Seiten der polnischen Befragten ist das Bild von Deutschland stark mit politischen Präferenzen verknüpft, bei den deutschen Befragten hingegen sind Unterschiede zwischen den Wählergruppen weniger spürbar, obwohl das relativ gute Bild Polens im Kreis der Wähler der Partei Alternative für Deutschland auffällt. Es ist anzunehmen, dass dies mit der stärkeren Verortung dieser Wähler in den östlichen Bundesländern zusammenhängt, deren Einwohner wiederum – wie die Ergebnisse zeigen – häufigere Kontakte zu und nach Polen haben. Dies könnte dazu beigetragen haben, dass sie ein positiveres Bild von Polen entwickeln konnten. Diese Hypothese findet jedoch nach Überprüfung in den statistischen Analysen keine Bestätigung. Weitere vertiefte Analysen der Zusammenhänge zwischen der Parteienpräferenz der deutschen Befragten einerseits und der Wahrnehmung Polens sowie der Einschätzung der deutsch-polnischen Beziehungen andererseits werden in der Vollversion des Berichts veröffentlicht werden.

Aus der aktuellen Untersuchung geht somit hervor, dass die Politik die positiven Ergebnisse der direkten Erfahrungen der Menschen im Nachbarland und deren Kontakte zu diesem Land bzw. zur benachbarten Gesellschaft verstärken oder abschwächen kann. Im 35. Jubiläumsjahr des deutsch-polnischen Vertrags ist es daher besonders wichtig, die politische Zusammenarbeit auszubauen und Gelegenheiten für Begegnungen zu schaffen – beiderseits der Grenze und auch über das Grenzgebiet hinaus. Die wiederkehrenden Grenzkontrollen zwischen Polen und Deutschland erinnern zugleich daran, dass die „verschwindende Grenze“ zwischen beiden Ländern keine ein für alle Mal gesicherte Errungenschaft ist, sondern nicht zuletzt der sich wandelnden Politik in Warschau und Berlin unterliegt.

Methodische Anmerkungen

Die Umfrage wurde im Rahmen des regelmäßigen Forschungsprojekts „Deutsch-Polnisches Barometer“ vom Institut für öffentliche Angelegenheiten, dem Deutschen Polen-Institut, der Konrad-Adenauer-Stiftung in Polen und der Stiftung für deutsch-polnische Zusammenarbeit durchgeführt.

Für die Durchführung der Umfrage war das Unternehmen Ipsos verantwortlich. Die Umfrage wurde im CAWI-Verfahren (Online-Panel) an einer repräsentativen Stichprobe von 1.000 Einwohnern in Polen und 1.000 Einwohnern in Deutschland im Alter von 18 bis 75 Jahren vom 19. bis 27. August 2026 durchgeführt. Beide landesweiten Stichproben sind hinsichtlich Geschlecht, Alter, Region, Größe des Wohnorts und Bildungsstand repräsentativ.

Zusätzlich wurde im Jahr 2026 die Stichprobe speziell in den Grenzregionen (in Deutschland einschließlich Berlin) erweitert. In Polen und Deutschland wurden in diesen Gebieten zusätzlich 300 Personen befragt. Diese Stichprobe war hinsichtlich Geschlecht und Alter repräsentativ. Die Durchführung dieser zusätzlichen Befragung wurde im Rahmen des Projekts „Zwischen Berlin und Warschau – 35 Jahre Nachbarschaft“ ermöglicht, das von der LOTTO-Stiftung Berlin gefördert wird.

Das „Deutsch-Polnische Barometer" ist ein Projekt, das seit dem Jahr 2000 regelmäßig die Meinungen von Polen und Deutschen über die gegenseitige Wahrnehmung, die deutsch-polnischen Beziehungen sowie deren aktuelle Herausforderungen erhebt und analysiert. Das Projekt entsteht in Zusammenarbeit des Instituts für Öffentliche Angelegenheiten in Warschau, des Deutschen Polen-Instituts, der Konrad-Adenauer-Stiftung in Polen und der Stiftung für deutsch-polnische Zusammenarbeit.
https://www.deutsch-polnisches-barometer.de/

Diese Publikation entstand im Rahmen des Projekts „Deutsch-Polnisches Barometer 2026" sowie des Projekts „Zwischen Berlin und Warschau – 35 Jahre Nachbarschaft", das von der LOTTO-Stiftung Berlin gefördert wird.

Die Daten, die in dieser Publikation zitiert werden, stammen aus früheren Forschungseditionen, realisiert in der Zusammenarbeit der folgenden Partner:
2020-2026: Institut für Öffentliche Angelegenheiten / Deutsches Polen-Institut / Konrad-Adenauer-Stiftung in Polen / Stiftung für deutsch-polnische Zusammenarbeit;
2019: Institut für Öffentliche Angelegenheiten / Konrad-Adenauer-Stiftung in Polen / Stiftung für deutsch-polnische Zusammenarbeit;
2018: Institut für Öffentliche Angelegenheiten / Konrad-Adenauer-Stiftung in Polen / Körber-Stiftung;
2013-2016: Institut für Öffentliche Angelegenheiten / Konrad-Adenauer-Stiftung in Polen / Bertelsmann-Stiftung;
2000-2012, 2015, 2017: Institut für Öffentliche Angelegenheiten / Konrad-Adenauer Stiftung in Polen

Statistische Konsultation: Dr. Dariusz Przybysz

Sprachliche Redaktion: Thomas Behrens

Copyrights: Institut für Öffentliche Angelegenheiten, Warschau / Deutsches Polen-Institut, Darmstadt 2026

Fundacja Instytut Spraw Publicznych
ul. Szpitalna 5/22
00-031 Warschau, Polen
Tel.: (0048) 22 556 42 60
E-Mail: isp@isp.org.pl
Website: www.isp.org.pl

Deutsches Polen-Institut
Residenzschloss 1
64283 Darmstadt
Tel.: (0049) 6151-4202-0
E-Mail: info@dpi-da.de
Website: www.deutsches-polen-institut.de