

## 10. Kommunal-Forum Sparkassen-Finanzgruppe am 26.09.2006 im Kongresshaus Baden-Baden

Rede: Professor Dr. Horst W. Opaschowski

Herr Oberbürgermeister, meine sehr verehrten Damen und Herren. Eine spannende Ära wurde Ihnen gerade versprochen, Sie werden schon sehen, was Sie davon haben, was da in den nächsten 14 Jahren auf Sie zukommt. Vielleicht lassen Sie mich mit einer Geschichte beginnen. Ich weiß nicht, kennen Sie die Fabel von der Ameise und der Grille. Sie geht sinngemäß so: Es gab einmal eine fleißige Ameise: Sie arbeitete hart während des ganzen Sommers, baute ihr Haus und legte Vorräte für den Winter an. Die Grille jedoch dachte: „Was für ein Narr ist doch diese Ameise!“ Die Grille sang und lachte und tanzte und spielte den ganzen Sommer lang. Doch es kam der Winter. Die Ameise hatte es in ihrem Haus behaglich warm und genug zu essen. Die Grille jedoch, die weder für eine Unterkunft noch für Nahrungsvorräte gesorgt hatte, starb elend in der Kälte. So weit die Ihnen bekannte klassische Version der Geschichte.

Eine **moderne Version** im 21. Jahrhundert könnte aber auch so enden: Es kam der Winter – und die frierende Grille berief eine Pressekonferenz ein, in der sie danach fragte, ob es mit den Grundsätzen der sozialen Gerechtigkeit vereinbar sei, dass die Ameise ein so großes beheiztes Haus und zusätzlich Nahrungsvorräte im Überfluss habe, während andere in der Kälte litten und hungerten. RTL-Reality-TV zeigte in der Serie „Ich bin arm – wer holt mich hier raus?“ Bilder von der fröstelnden Grille und in starkem Kontrast dazu Aufnahmen von der Ameise in ihrem gemütlichen Heim. Führende Kommentatoren der kritischen Presse zeigten sich schockiert und fragten: „Wie ist es möglich, dass in einem Sozialstaat so viel Armut zugelassen wird?“

Der Fall erregte landesweite Aufmerksamkeit. Die Politiker nutzten jeden öffentlichen Auftritt, um ihre Solidarität mit der armen Grille zu bekunden, indem sie erklärten, dass sie alles in ihrer Macht Stehende tun würden, um der Grille ihren **gerechten Anteil am allgemeinen Wohlstand** zu verschaffen und die hartherzige Ameise eben lernen müsse zu teilen. Schon wenig später beschloss das Parlament ein Antidiskriminierungsgesetz zur wirtschaftlichen „Gleichstellung der Insekten“, das die Ameisen mit einem Solidaritätszuschlag auf ihre Einkommenssteuer belegte. Die moderne Version dieser Fabel hat schließlich ein vermeintliches Happy End: Die Grille bekommt ihren gerechten Anteil am gesellschaftlichen Wohlstand und die Ameise muss noch härter arbeiten.

Natürlich ist dies nur eine Fabel, die die Wirklichkeit pointiert überzeichnet. Denn sie unterstellt, dass jede arme Grille für ihr Schicksal selbst verantwortlich ist. Wäre es nicht auch möglich, dass die Grille nicht tanzt und nicht spielt, sondern verzweifelt nach Vorräten sucht und keine findet? Im Kern enthält die Fabel jedoch eine bittere Wahrheit: **Immer weniger arbeiten immer mehr** – heute und erst recht in Zukunft.

Wohin geht die Reise? Was kommt auf uns zu? Wohlstandsverlust oder Leistungssteigerung, Konsumverzicht oder neue Lebenslust? Wie werden wir leben? In Zukunft gibt es

- **weniger Erwerbsfähige** und **weniger Beitragszahler**, die einen Rentner finanzieren,
- **sinkt das Rentenniveau**,
- **altert** die Gesellschaft und **schrumpft** die Bevölkerung.

Ökonomisch gesehen wird es den Menschen nicht mehr so gut gehen wie heute. Die Menschen spüren dies – zugespitzt in der Erkenntnis: **Die fetten Jahre sind vorbei - das Schlaraffenland ist abgebrannt.**

Noch in George Orwells 1948 geschriebenem Zukunftsroman „1984“ verkündete das sogenannte **Ministerium für Überfülle** den Menschen „herrliche Neuigkeiten“ und ein „neues glückliches Leben.“ Und das hieß konkret: Mehr Textilien, mehr Häuser, mehr Möbel, mehr Kochtöpfe, mehr Brennstoff, mehr Schiffe, mehr Helikopter ... Das energieintensive Konsumgebaren war kaum noch zu steigern. Die Orwellsche Vision von Überfülle und Immer-Mehr fand in der westlichen Welt im **Traum vom Überfluss** ihre vermeintliche Erfüllung. Die westlichen Konsumgesellschaften lebten jahrzehntelang in der Vorstellung, das **Zeitalter des Wohlstands** sei angebrochen und es ginge lediglich noch um die Frage, was wir in Zukunft alles noch haben wollten.

In der ganzen Welt soll es – sieht man einmal von Ameisen, Bienen und Termiten ab – kein anderes Lebewesen geben, das sich wie der Mensch die Hortung und den Besitz von Gütern zur Lebensaufgabe gemacht hat und sich verzweifelt an erworbene Güter klammert. Doch der Automatismus – mehr Wachstum gleich mehr Wohlstandsgüter – funktioniert nicht mehr. Der naive Glaube, alles könne permanent gesteigert und eine Niveauebene höher gefahren werden, ist infragegestellt. In Wirtschaft und Politik setzt sich eher die Erkenntnis durch: Der **Fahrstuhl-Effekt**, wonach wir stetig nach oben fahren in eine Welt, in der es uns immer besser geht, wird vom **Paternoster-Prinzip** abgelöst: Einige fahren nach oben, andere nach unten – und müssen auf halber Strecke oder gar unten aussteigen.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes lebt nur noch eine Minderheit der Deutschen vom eigenen Verdienst. Alle anderen beziehen Rente (23,1%), bekommen Sozial- und Arbeitslosenhilfe (8,3%) oder werden von der eigenen Familie und ihren Angehörigen (29,2%) unterstützt. Eine in den achtziger Jahren von mir prognostizierte und seinerzeit als Horror-Vision empfundene **40-zu-60-Gesellschaft**, in der auf 4 Erwerbstätige 6 Nichterwerbstätige kommen und damit das „Ende der Anspruchsgesellschaft“ (Opaschowski 1983, S. 176) besiegeln, ist in Deutschland heute Wirklichkeit geworden.

Dieser Negativtrend setzt sich weiter fort, da wegen der hohen Lebenserwartung der Anteil der Rentnerhaushalte weiter zunimmt und in naher Zukunft mit einer spürbar sinkenden Arbeitslosigkeit nicht zu rechnen ist. Die Erwerbsgesellschaft in Deutschland wird spätestens im Jahre 2020 eine **Ein-Drittel-Gesellschaft** sein. Die übrige Zwei-Drittel-Gesellschaft wird dann nur noch ein **Rentenniveau als Basissicherung und Grundversorgung** erwarten können und sich ansonsten selber helfen müssen – vom Do-it-yourself über Nachbarschaftshilfen und Zusatzverdienste bis hin zur finanziellen Unterstützung durch Familienangehörige.

Was folgt daraus für die Entwicklung der nächsten Jahre? In der Forschung wird die Grundrichtung einer langfristigen Entwicklung „Zukunftstrend“ genannt: Ein **Zukunftstrend muss mindestens fünf bis zehn Jahre lang richtungweisend** sein und unterscheidet sich dadurch wesentlich von kurzlebigen Moden und Zeitgeistströmungen, wie sie Trend- und Werbeagenturen – heute so und morgen so – verkünden. Sie sagen uns nur immer, was gerade „im Trend“, also „trendy“ ist. Zukunftstrends hingegen basieren auf statistischen **Zeitreihen**, also Repräsentativerhebungen im Zeitvergleich der letzten zehn bis zwanzig Jahre. Für den Zukunftsforscher gilt: Ich prophezeie gar nichts. Ich beobachte nur, was war und was geschieht und wäge mögliche Folgen für die Zukunft ab. Ich will nicht Wahrsager, sondern **Wegweiser und Weichensteller** sein.

Müssen aber nicht angesichts der gegenwärtigen weltpolitischen Lage konkrete Aussagen, die sich auf Entwicklung, Veränderung und Zukunftsperspektiven beziehen, auf den ersten Blick unrealistisch erscheinen? Lassen globale Krisen präzise Prognosedaten nicht schnell zur Makulatur werden? Die bisher von mir veröffentlichten Prognosen auf der Basis repräsentativer Bevölkerungsbefragungen haben in den vergangenen Jahren eine relativ große Treffsicherheit erzielt, weil es mir dabei immer nur um eine Frage ging und geht: **Was will der Mensch?** Nur am Rande interessiert mich die Frage, was technologisch „alles möglich wäre“.

Daraus folgt: Große gesellschaftliche Veränderungen von der Perestroika bis zur deutschen Vereinigung kann ich nicht prognostizieren, auch Kriege und Krisen von der Energiekrise über den Golfkrieg bis zu den Terroranschlägen in New York und Madrid nicht - voraussagbar aber sind für mich die **Lebens- und Verhaltensweisen der Menschen in den nächsten Jahren**. Welche Zukunftstrends zeichnen sich bereits heute ab?

#### **ZUKUNFTSTREND 1: DIE GLOBALISIERUNG DER ARBEITSWELT**

Vor über einhundert Jahren kam es in den nordöstlichen Bundesstaaten Brasiliens unter Führung des Wanderpredigers Ibiapina zu einem **Bauernaufstand gegen das Dezimalsystem**. Die Bauern überfielen Geschäfte und Lagerräume und zerschlugen die neuen Kilogewichte und Metermaße, welche die Monarchie eingeführt hatte, um das brasilianische System an die übrige Welt anzuschließen und den weltweiten Handel zu erleichtern. Der Aufstand der sogenannten *Kilobrecher* gegen diese Globalisierung scheiterte kläglich. Das Rad der Zeit war einfach nicht mehr aufzuhalten.

Die heutigen Kilobrecher heißen Globalisierungskritiker oder -gegner. Ihnen geht es allerdings weniger um den Widerstand gegen gesellschaftliche Neuerungen, als viel mehr um die **Frage nach der sozialen Gerechtigkeit** und um die Utopie einer gerechten und solidarischen Gesellschaft. Die Angst wächst, dass sich durch die Globalisierung die Schere zwischen Arm und Reich in der Welt weiter öffnet. Die Alternative für viele Länder lautete bisher nur: **Anpassung an die westliche Welt – oder Ausgrenzung**. Anpassung aber konnte Selbstverleugnung mit erniedrigenden Nebenwirkungen bedeuten. So sprießen beispielsweise zur Zeit die Call-Center in Indien wie Pilze aus dem Boden. Da sitzen dann indische Frauen, „denen ein amerikanischer Akzent antrainiert wird. Am Telefon müssen sie sich Susi und Jenny nennen und so tun, als säßen sie irgendwo in Amerika“ (Roy 2001, S. 32).

In der Realität der Marktforschung von heute zeigen sich schon erste **Grenzen der Globalisierung**, weil z.B. die globale Methode, das gleiche Produkt überall in der Welt auf die gleiche Weise zu vermarkten, nicht immer funktioniert. Von einigen wenigen Produkten wie z.B. Coca-Cola oder Harley Davidson einmal abgesehen hat die globale Vermarktung zu teilweise spektakulären Fehlschlägen geführt: Die Chinesen lachen sich derzeit über die missverständliche Übersetzung des Limonadennamens 7Up („Tod durch Trinken“) kaputt (vgl. Fischermann 2000, S. 26). **Glaubwürdigkeit** lässt sich nur **durch nationale und lokale Bezüge** herstellen.

Der MTV-Sender beruft sich in diesem Zusammenhang auf einen ganz bewusst neuen Begriff: **Glokalisierung** – eine Mischung aus Globalisierung und Lokalisierung. Gegen die McDonaldisierung der Welt setzt MTV erfolgreich die weltweite Glokalisierung und strahlt von Brasilien bis China rund dreißig regionale Programme aus, die sich an lokalen Besonderheiten orientieren. Glokalisierung schließt auf diese Weise Weltläufigkeit genauso ein wie Regionales, also Heimat und Nestwärme.

In letzter Konsequenz bedeutet Globalisierung allerdings auch Verteilung der Arbeit rund um den Globus, also Arbeitsplatz-Export, ja Arbeitsplatz-Abbau. Und auch für die übrigen verblei-

benden Vollzeitbeschäftigten gilt: Ihre Arbeit wird immer intensiver und konzentrierter, zeitlich länger und psychisch belastender, dafür aber auch - aus der Sicht der Unternehmen - immer produktiver und effektiver. Die neue Arbeitsformel für die Zukunft lautet:  $0,5 \times 2 \times 3$ , d.h. die  **Hälfte**  der Mitarbeiter verdient  **doppelt**  so viel und muss dafür  **dreimal**  so viel leisten wie früher. Die ständige Produktivitätssteigerung bewirkt, dass immer weniger Mitarbeiter immer mehr leisten und immer länger arbeiten müssen.

## **ZUKUNFTSTREND 2: DIE DOMINANZ DER DIENSTLEISTUNG**

Unlängst traf ich eine Krankenschwester. „Welche Art von Pflege machen Sie?“ fragte ich sie. Sie strahlte. „Ich habe mich auf Zwillinge spezialisiert. Ich zeige ihren Eltern, wie man in den ersten Monaten nach der Geburt mit ihnen umgehen sollte.“ Dann fügte sie streng hinzu: „Keine Drillinge, nur Zwillinge.“ „Das muss aber doch ein ziemlich kleiner Nischenmarkt sein“ überlegte ich laut. „Gar nicht. Sehen Sie, hier leben eine Menge Doppelverdiener, die erst einmal Karriere machen wollen. Sie warten gewöhnlich mit dem Kinderkriegen, bis sie Ende Dreißig, Anfang Vierzig sind. Da brauchen sie oft schon fruchtbarkeitsfördernde Mittel, und dann endet es mit Mehrfachgeburten. Jetzt wollen sie Hilfe, aber sie haben Geld und sind bereit, sehr gut für die Art von Dienstleistung zu zahlen, die ich anbiete. Die Nachfrage ist so groß, dass ich nur Zwillinge übernehme“ (Handy 1998, S. 54).

Diese Geschichte macht deutlich, welche Zukunftschancen sich für neue Dienstleistungen ergeben. Natürlich löst sich die Industriegesellschaft nicht als Ganzes auf, weil es industrielle Güterproduktion auch in Zukunft geben muss und keine Volkswirtschaft darauf verzichten kann. Es zeichnen sich jedoch  **Zukunftschancen für eine neue Dienstleistungsgesellschaft**  in dreifachem Sinne ab:

1. In der künftigen Dienstleistungsgesellschaft findet eine  **Verlagerung vom Warenexport zum Wissensexport**  statt. Dabei wird beispielsweise das Know-how über neue Recycling-Verfahren oder neue Verkehrssysteme als produktionsbegleitende Dienstleistung verkauft. Dies erklärt auch, warum ein Industriekonzern wie z.B. Siemens derzeit schon über fünfzig Prozent seines Umsatzes mit Dienstleistungen macht.
2. Das  **Kapital** , auf das sich die künftige Dienstleistungsgesellschaft stützt, besteht hauptsächlich aus  **F- und E-Kompetenzen** , also Forschung und Entwicklung, Planung und Konzeption, Marketing und Vertrieb, Beratung und Betreuung, Gestaltung und Design, Wartungs- und Kundenservice. Die hochqualifizierte Dienstleistung bleibt im eigenen Lande, während die industrielle Produktion zunehmend in andere Länder (insbesondere die Dritte Welt) verlagert wird.
3. Die künftige Dienstleistungsgesellschaft erschließt auch  **neue Märkte und Arbeitsfelder** . Neben dem notwendigen Ausbau von Sicherheits-, Vorsorge- und Gesundheitsdiensten entwickelt sich eine expansive Erlebnisindustrie als Anbieter von Tourismus-, Medien-, Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen.

Dienstleistungsqualität in Deutschland ist allerdings noch immer mehr Mythos als Wirklichkeit. Die überwiegende Mehrheit spürt nämlich bisher von Gast- oder Kundenorientierung herzlich wenig:

- Gerade 41 Prozent der Bevölkerung können sich bei ihrem letzten Behördenbesuch in der Stadtverwaltung an ein  **freundliches Personal**  erinnern.
- Lediglich zwei von fünf Befragten (39%) fühlen sich von ihrer Bank  **fachkundig beraten** .
- Und nur 29 Prozent der Bevölkerung haben bei ihrem letzten Kaufhaus-Besuch eine  **auffällige Bedienung**  vorgefunden.

Vorliegende Erfahrungswerte aus der Praxis weisen nach: Von 100 unzufriedenen Kunden wandern nur 14 wegen schlechter Produktqualität ab - aber über zwei Drittel, wenn sie von den Mitarbeitern schlecht beraten oder unfreundlich bedient wurden. Und nur 4 von 100 Unzu-

friedenen beschwerten sich, 11 aber erzählen ihre Negativerfahrungen anderen weiter (Roland Berger - Mövenpick/Bern 1995).

### **ZUKUNFTSTREND 3: DIE LUST AN DER LEISTUNG**

Die italienischen Psychologen Fausto Massimini und Antonella delle Fave (Massimini u.a. 1991) interviewten italienische Bauern in den hochgelegenen Bergtälern der Alpen, die von der industriellen Revolution weitgehend verschont geblieben sind. In ihren Interviews kam zum Ausdruck, dass die Bauern **ihre Arbeit nicht von ihrer Freizeit unterscheiden** konnten. Bei den Interviewern entstand ein doppelter Eindruck: Die Bauern arbeiteten sechzehn Stunden am Tag oder sie arbeiteten überhaupt nicht. Sie melkten Kühe, mähten Wiesen, erzählten ihren Enkeln Geschichten, spielten Akkordeon für Freunde. Und auf die Frage, was sie denn gern tun würden, wenn sie mehr Zeit zur Verfügung hätten, kam die Antwort: Kühe melken, Wiesen mähen, Geschichten erzählen, Akkordeon spielen ... Für ihr ganzes Leben galt und gilt eigentlich nur ein Grundsatz: „Ich tue, was ich will.“ Das Leben, auch das Arbeitsleben, bot und bietet ständig und gleichermaßen Herausforderungen dafür.

Politik und Wirtschaft sollten sich rechtzeitig auf den sich ankündigenden **Wertewandel in Richtung auf eine neue Gleichgewichtsethik** einstellen und mehr fließende Übergänge zwischen Berufs- und Privatleben schaffen. Insbesondere die junge Generation befindet sich derzeit auf dem Wege zu einer neuen Lebensbalance. Leistung und Lebensgenuss sind für sie keine Gegensätze mehr. Ganz anders, als es in den 70er bis 90er Jahren befürchtet und diagnostiziert worden war, hat sich die Einstellung der jungen Generation zu Arbeit und Leistung entwickelt: Die befürchtete Leistungsverweigerung fand und findet nicht statt. Im Zeitvergleich der letzten Jahre ist beispielsweise erkennbar, dass Leistung und Lebensgenuss immer gleichgewichtiger beurteilt werden. Also: Kein Lebensgenuss ohne Leistung. Umgekehrt gilt aber auch: Lebensgenuss lenkt nicht mehr automatisch von Leistung ab. Und wer sein Leben nicht genießen kann, wird auf Dauer auch nicht leistungsfähig sein.

Der abhängig und unselbständig Beschäftigte kann in Zukunft nicht mehr Leitbild sein. Und auch die klischeehafte Rollenverteilung „Der Arbeiter arbeitet – und der Chef scheffelt“ ist fragwürdig geworden. Der **Neue Selbständige** ist gefragt, bei dem Persönlichkeitsentwicklung genauso wichtig wie berufliche Fort- und Weiterbildung ist. Jeder muss in seinem Leben eine unternehmerische Grundhaltung entwickeln – am Arbeitsplatz genauso wie im privaten Bereich: **Jeder sein eigener Unternehmer!** Jeder ist in Zukunft als Lebensunternehmer gefordert, d.h. der Lebenssinn muss im 21. Jahrhundert neu definiert werden: Leben ist dann die Lust zu schaffen! Schaffensfreude (und nicht nur bezahlte Arbeitsfreude) umschreibt das künftige Leistungsoptimum von Menschen, die in ihrem Leben weder überfordert noch unterfordert werden wollen.

Im 21. Jahrhundert müssen die Begriffe **Bildung, Lernen und Wissen** neu definiert werden. Denn Bildung ist immer mehr auf Freiwilligkeit angewiesen und kann nicht nur verordnet oder gar erzwungen werden. Bildung wird ein lebenslanger Prozess der Entwicklung der Persönlichkeit mit dem Ziel einer eigenständigen Lebensführung. Denn jeder Einzelne muss in Bezug auf sein Leben lernen, unternehmerisch tätig zu werden.

Im Zeitvergleich der letzten zwei Jahrzehnte ergibt sich das Bild einer Arbeitspersönlichkeit, die vom Wertewandel der letzten Jahre beeinflusst, aber nicht grundlegend verändert ist:

- Die wichtigste Arbeitstugend in den achtziger und neunziger Jahren und auch heute lautet: **Fleiß, Fleiß und noch mal Fleiß**. In der Rangfolge der zehn wichtigsten Anforderungen im Arbeitsleben rangiert die Eigenschaft „Fleiß“ permanent und unverändert an erster Stelle.

- Im Zeitvergleich fällt allerdings auf, dass zwei Kompetenzbereiche zu den eindeutigen Gewinnern des Wertewandels zählen: die **Eigenkompetenz** (=Selbstvertrauen) und die **Sozialkompetenz** (=Kontaktfähigkeit).

Die Arbeitspersönlichkeit der Zukunft, die erfolgreich sein will, muss fleißig, selbstbewusst und kontaktfähig sein – also eine starke Persönlichkeit haben und ausstrahlen und die Selbstständigkeit in Person sein. Eine Renaissance der Persönlichkeit steht bevor. **Persönlichkeiten mit Charakter (und nicht nur mit Fachwissen)** halten das Unternehmen in Bewegung. Persönlichkeitsmerkmale spielen im Berufsleben des 21. Jahrhunderts eine immer größere Rolle.

Es bleibt festzuhalten: Der Mensch kann nicht untätig in seinen eigenen vier Wänden verweilen. Er braucht eine Aufgabe. Die Passivität und Untätigkeit des Menschen ist offensichtlich nicht im Plan der Schöpfung vorgesehen. Der Mensch ist eher als gefährdetes Wesen geschaffen, das um sein Überleben kämpfen muss wie andere Lebewesen auch. Aus der Sicht der Evolutionsbiologie ist der Mensch geradezu auf Anstrengung programmiert (von Cube 1995), auf den ganzen Einsatz seiner Kräfte. Hingegen führt Lust ohne Anstrengung zu Langeweile oder gar Selbstzerstörung. Daraus folgt: **Arbeit ohne Lust und Freizeit ohne Leistung kann der Mensch auf Dauer nicht ertragen.**

#### **ZUKUNFTSTREND 4: DIE MEDIATISIERUNG DES LEBENS**

Wenn es nach dem amerikanischen Medienwissenschaftler Nicholas Negroponte vom Bostoner MIT geht, dann sehen die Folgen der fortschreitenden Mediatisierung unseres Lebens im Jahr 2020 so aus: „Sie werden nicht mehr sehr oft zum Arzt gehen, weil sie jeden Morgen einen kleinen Computer schlucken, der ihre Körperfunktionen überprüft. Ihre Kinder gehen nur noch drei Stunden zur Schule, arbeiten dafür noch drei weitere Stunden mit Lernprogrammen und im Internet... Warum sollten wir unsere Zeit mit Putzen verbringen, wenn Roboter das machen können?“ (Negroponte 1999). Nein - so wird unsere Zukunft in den nächsten Jahren **nicht** aussehen.

Die Medientechnologien ändern sich schneller als die Mediengewohnheiten der Menschen. Auch in Zukunft fährt die Masse der Konsumenten ‚voll auf das TV-Programm ab‘. Und die Prognose der Medienbranche „Web frisst Fernsehen“ erfüllt sich nicht. Das Fernsehen bleibt das wichtigste Leitmedium im Alltagsverhalten der Menschen.

Der Kurseinbruch der New Economy wäre doch vermeidbar gewesen, wenn Produzenten und Investoren der Medienbranche die frühzeitigen Warnsignale der Zukunftsforschung beachtet hätten:

- Bereits 1995 sagte ich einen Wandel vom „**Cyber-Cash zum Cyber-Crash**“ mit „Schock- und Flop-Wirkungen“ für die Neuen Medien voraus.
- 1997, als der Neue Markt gerade startete, gab ich bereits die erste Gewinnwarnung aus: „Internet: Viel Wind und wenig Surfer – die meisten Konsumenten verweigern sich. Die Macher haben die **Rechnung ohne die Mitmacher gemacht.**“
- Und 1999 entlarvte ich die massenhafte Ausbreitung von **Pay-TV als Legende**. Ein Negieren dieser Forschungsergebnisse würde entsprechende Fehleinschätzungen zur Folge haben. Und genauso ist es gekommen. Die Kirch-Krise war die Folge.

Nun erwartet die Branche mit Spannung den nächsten Meilenstein der Medientechnologie: das UMTS-Handy, das Universal-Mobile-Telecommunication-Vielzweckgerät, in dem alles mit allem vernetzt ist: Handy + TV + PC + Internet. Und wieder kann ich nur vor übertriebenem Zweckoptimismus warnen: Denn bei **Extra-Gebühren sperren sich die meisten Konsumenten**. Wer auf UMTS als Massenmedium baut, braucht nicht lange auf Insolvenzen zu warten.

Selbst Bill Gates meldet mittlerweile erhebliche Zweifel an. In einem Interview gab er selbstkritisch zu, dass technischer Fortschritt allein nicht mehr ausreicht. Die Menschen müssen sich ändern - sonst ändert sich auch nichts auf dem Weg in die Informationsgesellschaft. Die Menschen aber - so muss er eingestehen – „ändern nur langsam ihre Gewohnheiten“, ja oftmals ändern sich Verhaltensweisen „**erst mit einer neuen Generation**“ (Interview vom 18. Mai 1997 in WELT am SONNTAG, S. 64). Es dauert in der Regel ein bis zwei Generationen, bis sich die Menschen wirklich an Neues gewöhnen.

Sicher: Die Kinder werden in Zukunft lieber mit dem Home-Computer als mit dem Holz-Baukasten spielen. Nur: Die multimediale Entwicklung wird bis dahin weder unser menschliches Kommunikationsbedürfnis beeinträchtigen noch unser Interesse am Lesen von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften verkümmern lassen. Und je mehr sich Homebanking und Online-shopping ausbreiten, desto größer wird unser Bedürfnis nach persönlichen Kontakten und Sehen-und-gesehen-Werden beim Einkaufsbummel sein. Denn: **Die Sinne konsumieren weiter mit**. Auch im Jahr 2020 werden die meisten Beschäftigten keine Telearbeiter sein, sondern wie bisher eher müde von der Arbeit nach Hause kommen, sich vor den Fernseher setzen und mit nichts anderem als ihrem Partner oder ihrem Kühlschrank interagieren...

#### **ZUKUNFTSTREND 5: DIE KINDERLOSIGKEIT**

Vor über zehn Jahren warnte ich frühzeitig vor den Folgen einer kinderlosen Konsumkultur: „Wenn es weniger Ehen, Familien und Kinder gibt, sinkt auch die Zahl der Verwandten. Ein Kind hat dann zwar noch Eltern, aber kaum noch Verwandte im gleichen Alter, weniger Cousins und Cousinen, weniger Onkel und Tanten. In einer künftigen Gesellschaft von Singles und Einzelgängern wird es auch mehr Einzelkinder geben. Oder pointiert ins Bild gesetzt: Wenn zwei Einzelkinder heiraten, deren Eltern auch Einzelkinder waren, dann haben sie nach dem Tode ihrer Eltern keinen einzigen Verwandten mehr“ (Opaschowski 1992, S. 35).

Allein in den letzten dreißig Jahren hat die ansässige deutsche Bevölkerung rund **fünf Millionen Menschen verloren**. Bei der dramatischen Zunahme der Lebenserwartung fiel der Geburtenrückgang gar nicht weiter auf. Heute ist jede Kindergeneration zahlenmäßig um ein Drittel kleiner als die Elterngeneration: Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht absehbar. Frauen mit akademischem Abschluss bleiben zu mehr als vierzig Prozent kinderlos. Und in den Großstädten und Ballungsgebieten steigt der Anteil kinderloser Vierzigjähriger auf teilweise bis zu fünfzig Prozent.

Früher war das Vorhaben „Mit Familie auswandern“ ein großes Wagnis. Wird in Zukunft „eine Familie haben“ ein noch größeres Risiko sein? Fast jeder fünfte Jugendliche im Alter von 14 bis 29 Jahren (18%) ist mittlerweile davon überzeugt, dass „eine Familie gründen“ heute ein Lebensrisiko ist. Jeder elfte Jugendliche (9%) betrachtet bereits das **Eingehen einer festen privaten Beziehung** als Wagnis. In einer Zeit, in der Flexibilität als höchste Tugend gefeiert wird, können individuelle Festlegungen und Verbindlichkeiten schnell als persönliche Schwäche ausgelegt werden. Andererseits: Wer keine feste private Beziehung mehr wagt, der kann in Zukunft auch keine soziale Geborgenheit mehr erwarten.

Im November 1999 stellte der Sachverständigenrat in seinem Gutachten für die Bundesregierung fest: Deutschland wird im Jahr 2035 „**die älteste Bevölkerung der Welt**“ haben (16. November 1999). Die Gesetzliche Rentenversicherung ist damit ernsthaft bedroht. Droht die demografische Spaltung der Gesellschaft, weil ein Teil der Bevölkerung aus dem Generationenvertrag aussteigt und so das soziale Sicherungssystem ins Wanken bringt. Was also passiert, wenn nichts passiert? Der typische Deutsche wird in Zukunft kinderlos und kurzsichtig

sein. Wenn sich alle in der Welt so verhielten wie heute schon jeder dritte zeitlebens kinderlos bleibende Deutsche, dann wäre die Erde in 120 Jahren menschenleer.

#### **ZUKUNFTSTREND 6: DIE ZUWANDERUNG**

Es begann alles in den sechziger und siebziger Jahren: **Gastarbeiter wurden gebraucht – Menschen sind gekommen.** Die ökonomische Rechnung der Wirtschaft ging auf, doch die humane Dimension und die sozialen Folgekosten der Gesellschaft wurden weitgehend außer acht gelassen. Die strukturellen Probleme des Arbeitsmarktes schienen gelöst – doch die Probleme des Sozialstaates fingen damit erst an. Der Begriff „Gastarbeiter“ sollte seinerzeit zum Ausdruck bringen, dass es sich um Gäste auf Zeit handelte, so wie man heute nach dem Political-Correctness-Verständnis von „Zuwanderern“ spricht, die im Unterschied zu Einwanderern nicht dauerhaft in Deutschland bleiben sollen. Die Zuwanderer sollen möglichst wie Gastarbeiter als Konjunkturpuffer benutzt und bei Arbeitslosigkeit wieder nach Hause geschickt werden.

Nach einer Vorausberechnung der Vereinten Nationen (UN: Replacement Migration 2000) wird der Anteil der zugewanderten Bevölkerung in Deutschland einschließlich der bereits hier lebenden Menschen ohne deutschen Pass bis zum Jahr 2050 rund ein Drittel im Bundesdurchschnitt und in den Großstädten über 50 Prozent erreichen (in Hamburg gibt es schon heute mehr Muslime als Katholiken) – und trotzdem wird die Bevölkerungszahl zurückgehen. Ohne Zuwanderung würde es Mitte des Jahrhunderts nur noch 51 Millionen (-35%) in Deutschland geben. Eine solche „Nullzuwanderung“ bzw. ein „Nullszenario“ ist aber unrealistisch. Dies bedeutet: Das demografische Defizit kann durch Zuwanderung gemildert, aber nicht ausgeglichen werden.

Ein Großteil der künftigen **Integrationsprobleme** werden im Kern **Generationskonflikte** sein. Denn bei den Zu- und Einwanderern handelt es sich meist um „junge Männer, dynamisch, ehrgeizig, erlebnishungrig“. Sie treffen dann auf eine einheimische Bevölkerung, die zum großen Teil aus alten Frauen besteht (vgl. Fukuyama 2002, S. 128). Bei der Frage, was uns in Zukunft zusammenhält, muss die Integrationspolitik auch Antworten darauf geben wie sie auf so unterschiedliche Bedürfnisse angemessen reagieren soll.

#### **ZUKUNFTSTREND 7: DIE ÜBERALTERUNG**

Kennen Sie den Unterschied zwischen einem deutschen, englischen und französischen Rentner? Des Rätsels Lösung soll ganz einfach sein:

- Der deutsche Rentner steht um 7.00 Uhr auf, nimmt seine Herztablette und fängt nach dem Frühstück sofort mit der Gartenarbeit oder dem Zeitunglesen an.
- Der englische Rentner steht um 8.00 Uhr auf, trinkt seinen Tee und geht gemächlich zum Golf oder nächsten Windhundrennen.
- Der französische Rentner steht um 9.00 Uhr auf, kippt den Cognac herunter - und dann ab zur Freundin!

Das ist natürlich ein Klischee.

Im Jahre 1900 wurde das „Jahrhundert des Kindes“ (Ellen Key 1900) ausgerufen - kommt nun das **Jahrhundert der Senioren**? Der demographische Wandel hat die Altersgrenze verschoben: Alt ist man erst mit 76 Jahren. Das geht aus unserer Repräsentativbefragung hervor, in der wir danach gefragt haben, „ab wann man heute wirklich alt“ ist. Die offizielle Altersgrenze von 65 Jahren steht also nur noch auf dem Papier. Wenn die Lebenserwartung weiter so kontinuierlich ansteigt, gilt man im Jahr 2030 vielleicht erst mit 86 Jahren als alt.



Wir kennen es alle aus dem Wetterbericht: „Gefühlte Temperaturen“ sind etwas anderes als objektiv ablesbare Temperaturen auf dem Thermometer. Ähnlich verhält es sich mit dem gefühlten Alter, das sich immer mehr vom biologischen Alter abkoppelt. Die „Man-ist-so-alt-wie-man-sich-fühlt“-Devise soll die Mitte des Lebens festhalten helfen: Der 50-Jährige spielt Tennis wie ein 40-Jähriger. Die 60-Jährige wirkt wie eine Powerfrau mit 48 und die 70-Jährigen entdecken Abenteuerreisen in die Antarktis, die eigentlich die Kondition mittlerer oder gar jüngerer Generationen voraussetzen. Die neuen Senioren sind also kein Phantom; es gibt sie wirklich. Die Aktion „Senioren ans Netz“ hat ja bald mehr Erfolg als die Kampagne „Schulen ans Netz“: Steigen die ersten jungen Leute aus dem World Wide Web schon wieder aus, weil sie beim Chatten immer öfter auf ältere Surfer stoßen?

Die Bevölkerung altert dramatisch. Die Lebenserwartung steigt weiter an. Bis zum Jahre 2040 wird sich der **Anteil der über 60-jährigen Bevölkerung in Deutschland verdoppeln**. Diese demographische Revolution bleibt nicht allein auf Deutschland beschränkt. Nach Berechnungen des UN-Bevölkerungsfonds (UNFPA) wird die allgemeine Lebenserwartung in den westlichen Industrieländern bis Ende des Jahrhunderts auf 87,5 Jahre (bei Männern) und 92,5 (bei Frauen) steigen. Selbst ein Leben über 100 könnte mit Hilfe der Genforschung Wirklichkeit werden. Bedrückende Aussichten für die arme Erbgeneration, die so lange warten muss.

Mittlerweile hat selbst das Bundesverfassungsgericht in seinem Urteil zur Pflegeversicherung vom **unausweichlichen und sehr massiven Altern der Gesellschaft** gesprochen und sich der Expertenmeinung (vgl. Herwig Birg 2001) angeschlossen, die da lautet: Wenn man die heutige Altersstruktur erhalten will, muss entweder die Geburtenrate pro Frau von derzeit 1,3 umgehend auf 3,8 verdreifacht werden oder „es müssten 188 Millionen jüngere Personen bis zum Jahr 2050 einwandern“ (Urteil vom 3. April 2001) – also jedes Jahr mehr als drei Millionen Zuwanderer. Das ist ebenso unvorstellbar wie unrealistisch. Die Überalterung ist vorprogrammiert: Deutschland wird grau und zählt zu den Ländern in der westlichen Welt mit den niedrigsten Geburtenraten und den höchsten Altenanteilen.

#### **ZUKUNFTSTREND 8: DIE GESUNDHEITSORIENTIERUNG**

Die Gesundheit wird zum Megamarkt der Zukunft. In der immer älter werdenden Gesellschaft boomen dann Bio- und Gentechnologien, Pharmaforschung und Forschungsindustrien gegen Krebs, Alzheimer und Demenz sowie gesundheitsnahe Branchen, die Care, Vitalität und Revitalisierung anbieten.

**Die Gesundheit bekommt in Zukunft fast Religionscharakter** – ganz im Sinne eines Kirchenwortes des Berliner Kardinals Joachim Meisner: „Das Gesundheitswesen nimmt die Form einer Kirche an“ (Meisner 1999, S. 6). Die Gesundheit stellt den wichtigsten Wert im Leben dar. In dieser Einschätzung sind sich alle einig – quer durch die Berufs-, Sozial- und Altersgruppen. In Zukunft dominiert ein gesundheitsorientiertes Lebenskonzept, in dem das persönliche Wohlbefinden zum wichtigsten Bestimmungsmerkmal für Lebensqualität (95%) wird – noch vor der Partnerschaft (87%) und Familie (86%). Gesundheit bedeutet aber mehr als körperliche Fitness: Es geht dabei um das Wohlfühlen in der eigenen Haut.

Die **Gesundheit** gehört heute zu den wichtigsten Aspekten im Leben eines Menschen. Schließlich beeinflusst die gesundheitliche Lage wesentlich die Möglichkeiten zur Arbeitszufriedenheit, zum Konsumgenuss oder zur Teilnahme an kulturellen Veranstaltungen. Darüber hinaus ist der Gesundheitszustand auch für die Gesamtgesellschaft von großer Bedeutung. So werden gut zehn Prozent des Bruttosozialprodukts für Gesundheitserhaltung und Krankheitsbekämpfung verwendet. Gesundheit wird als **das wichtigste Lebensgut** empfunden.

Wer heute regelmäßig joggt, muss 1,5 Jahre seines Lebens laufen, um dann zwei Jahre länger zu leben und natürlich auch gesünder zu sterben. Viele verweigern sich mittlerweile und sehnen sich wieder nach **Fitness auf die sanfte Tour**. „Für die Zukunft zeichnet sich eine Entwicklung ab, in der aus Fitness ‚Wellness‘ wird: Wellness zielt auf persönliches Wohlbefinden (‚well-being‘)“ – so lautete meine Prognose aus dem Jahre 1987 (Opaschowski 1987, S. 34). Dieser Wellness-Trend ist inzwischen weltweit Wirklichkeit geworden.

Der klassische medizinisch-trainingswissenschaftliche Gesundheitsbegriff wird ergänzt, erweitert und bereichert um die sozial-psychologische Dimension des subjektiven Wohlbefindens. Die Kombination aus psychologischen und medizinischen Angeboten ist eine Zukunftsinvestition im doppelten Sinne: Ein **Viertel der Kosten**, die für die Heilung von Krankheiten aufgewendet werden muss, lässt sich durch stärkere Berücksichtigung von Wellness **als Präventivmedizin einsparen**, wie der deutsche Sachverständigenrat für die Konzertierte Aktion im Gesundheitswesen feststellte.

Allerdings muss darauf geachtet werden, dass der Boom nicht zum Bumerang wird. Mitunter sollen Wochenendgäste zum Schrecken des Personals wie die Hunnen in die Wellness-Oasen einfallen und alles auf einmal machen: Von der Sauna in den Whirlpool und dann ab zum Peeling und zur Ganzkörpermassage. Rastlos vom Bürosessel auf die Massagebank: Sie hetzen vom Arbeitsstress zur Ruhe-Übung. „Irgendwas läuft da falsch“ (Beyer 2001, S. 79). Für die Zukunft zeichnet sich eher schon als Risiko ab: Aus Wellness kann Wellstress werden.

In der gesamten westlichen Welt zeichnet sich derzeit ein deutlicher **Wandel von der Erlebnisgesellschaft zur Wohlfühlgesellschaft** ab. Die Menschen erwarten vom Leben nicht mehr das ganz große Glück. Es sind eher die kleinen Glücksmomente des Lebens in einer entspannten, störungsfreien Atmosphäre: Stimmung, Harmonie, Geborgenheit. Garanten dafür, dass man unbeschwert leben und sich über manche schönen Augenblicke einfach freuen kann. Ganz im Sinne des Schriftstellers Theodor Fontane, der vor über einhundert Jahren auf die Frage „Was braucht der Mensch zum Glücklichsein?“ die Antwort gab: „Ein gutes Buch, ein paar Freunde, eine Schlafstelle – und keine Zahnschmerzen.“

#### **ZUKUNFTSTREND 9: DIE RÜCKKEHR DER VERANTWORTUNG**

Welche Vorstellungen haben die Menschen heute über eine lebenswerte Gesellschaft? Die Antworten der Bevölkerung sind eindeutig: Am höchsten wird von den Bürgern eine Gesellschaft bewertet, in der man **Verantwortung füreinander** trägt (vgl. Datenreport 2004 des Statist. Bundesamtes, S. 468). Die soziale Komponente des Lebens wird höher eingestuft als die materielle. Die Deutschen möchten in einer Zukunftsgesellschaft leben, in der Verantwortung wieder genauso wichtig wie Wohlstand ist. Und je jünger die Befragten sind, desto mehr wünschen sie sich für die Zukunft eine solche Verantwortungsgesellschaft. Verantwortungsbereitschaft (78%) hat bei den Deutschen wieder eine größere Bedeutung als Durchsetzungsvermögen (73%). Der Wandel von der Ellenbogengesellschaft zur Verantwortungsgesellschaft kann folgenreich sein.

**„Es wird nie wieder so werden, wie es war!“** Diesen Ausspruch hörte ich erstmals zur Zeit der Öl-/Energiekrise 1972/73, dann 1986, als das Unglück in Tschernobyl geschah, schließlich 1991 während des Golfkriegs und jetzt wieder nach dem 11. September 2001. Jedes Jahrzehnt hat offensichtlich seine zeitgeschichtliche Zäsur, die die Menschen nachdenklich stimmt und zur Selbst- oder gar Neubesinnung anregt. „Back to the simply life“ – zurück zum einfachen Leben: So hieß beispielsweise die Formel der Amerikaner 1991 zur Zeit des Golfkriegs. Alles wiederholt sich, historisch gesehen.

Die Welt nach dem 11. September: Hat sie die Menschen verändert? Das Allensbacher Institut für Demoskopie hat (Allensbach 2002) in einer Art **Vorher-Nachher-Studie zum 11. September** die Stimmen und Stimmungen in Deutschland empirisch erfasst. Die Menschen reagieren darauf auf eine zweifache Weise:

- Zunächst einmal denkt jeder an sein ganz **persönliches Glück**: Das Leben heute und nicht erst morgen genießen und einfach glücklich sein.
- Die zweite Reaktion deutet auf einen grundlegenden Einstellungswandel hin. Seit den frühen siebziger Jahren haben **soziale Motive** im Leben an Bedeutung verloren. Im Zeitvergleich vor und nach dem 11. September ist nun plötzlich feststellbar, dass sich die Menschen wieder mehr für eine bessere Gesellschaft interessieren und auch mithelfen wollen, eine bessere Gesellschaft zu schaffen (Januar 2001: 31% - Januar 2002: 40%).

In der gesamten westlichen Welt ging in den letzten Jahrzehnten der Gemeinsinn auf breiter Ebene zurück – so etwa das Interesse der Bürger am öffentlichen Geschehen, am sozialen Engagement und an der Mitarbeit in gemeinnützigen Organisationen. Als Ursache hierfür galt das in der modernen Soziologie sogenannte **bowling-alone-Phänomen**: Immer mehr Menschen schoben ihre Kugel allein – auf Kosten der sozialen Werte einer Gesellschaft.

Jetzt - nach dem 11. September - zeichnet sich ein **Wandel vom bowling alone zum bowling together** ab: Eine Wiederentdeckung des Gemeinsinns im Sinne von mehr Gemeinsamkeit und weniger Egoismus. Es kündigt sich *der radikalste Wertewandel seit dreißig Jahren* an: Die Rückkehr der Verantwortung als Antwort auf Verunsicherungen und Vertrauensverluste. Insbesondere die junge Generation des 21. Jahrhunderts löst sich selbstbewusst aus dem Schatten der Werterevolution der 68-er Jahre. Sie muss doch sich und anderen keine Protesthaltung mehr beweisen. Sie richtet sich statt dessen auf ein ebenso langes wie selbstständig geführtes Leben ein: Unterwegs und auf der Suche nach dem „richtigen“ Verhältnis von alten und neuen Werten. Sie will in einer ausgeglichenen Balance zwischen Leistungs-, Genuss- und Sozialorientierung leben. Sie legt besonderen Wert darauf, im Leben etwas zu leisten und das Leben zu genießen. Und ist auch bereit – auf Gegenseitigkeit – anderen zu helfen.

Ein nachhaltiger Sinneswandel kündigt sich bei der Jugend an. Die viel kritisierte Gesellschaft der Ichlinge gleicht eher einer pragmatischen Solidarisierung: **Ich helfe dir, damit auch mir geholfen wird**. Ein neuer Typus von Solidarität entwickelt sich – jenseits von Pflichtgefühl und Helferpathos: Aus der Not heraus schließen sich junge Menschen zu einem Netzwerk als Beistandspakt zusammen und machen die Erfahrung des Aufeinander-Angewiesenseins. Die Jugend lebt geradezu ein neues Gesellschaftsideal vor, das für die Zukunft hoffen lässt: Sie will sich wieder gegenseitig mehr helfen und nicht alle sozialen Probleme einfach dem Staat oder der Politik überlassen.

**Verantwortung wird zum Schlüsselbegriff für die Zukunft**: Gemeint ist die Verantwortung für einander, die Verantwortung für die Umwelt und die Verantwortung für das Wohl der kommenden Generationen. Wenn wir eine sichere Zukunft haben wollen, muss das 21. Jahrhundert eine „Ära der Verantwortung“ werden (vgl. Kofi Annan 2002). Wir alle müssen mehr als bisher die Steuerung einer wünschenswerten Entwicklung wieder selbst in die Hand nehmen. Und als Zukunftsforscher kann ich nur auf den Politiker Perikles aus Athen im 5. Jahrhundert v.Chr. verweisen: „Es ist nicht unsere Aufgabe, die Zukunft vorauszusagen, sondern auf sie gut vorbereitet zu sein.“ Das ist die **Bringeschuld der Forschung** und die *Annahmepflicht der Gesellschaft*.

Mit der Vorbereitung auf die Welt von morgen kann doch heute schon begonnen werden. Wenn wir **in Zeiträumen von Generationen (und nicht nur von Legislaturperioden)** den-

ken, rechtfertigt sich auch das Vertrauen der Bürger in die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft, der Demokratie und auch der Politik. Die Politik muss allerdings die Bevölkerung davon überzeugen, dass sie die Richtung der zukünftigen gesellschaftlichen Entwicklung kennt und entsprechend Einfluss darauf nimmt. Sie wissen: Auch in der Großen Koalition herrscht noch immer weitgehend Orientierungsnotstand, weil nämlich kaum jemand eine verlässliche Richtung für die Zukunft vorgibt, so dass die Bürger wissen und erfahren, was nun kommt oder gar wo es langgehen sollte. Gemacht wird eher, was gerade machbar ist bzw. ankommt. Die Politik sagt uns – so auch die letzte Regierungserklärung – „was gerade noch geht“. Die Bevölkerung will aber eigentlich Antworten auf die Frage, wohin es geht.

Vor dem Hintergrund von Globalisierung und wachsender Beschleunigung in Wirtschaft und Gesellschaft sind eine **vorausschauende Politik** und eine **vorausschauende Unternehmensplanung** im 21. Jahrhundert unverzichtbar: Auf einer gutbekannten Landstraße brauchte früher der Fahrer eines Fuhrwerks, das sich nachts im Schritttempo fortbewegte, zur Beleuchtung der Straße nur eine schlechte Laterne. Ein schnelles Auto dagegen, das mit hoher Geschwindigkeit durch eine unbekannte Gegend fährt, muss mit starken Scheinwerfern ausgestattet sein. Ohne Sicht, ja ohne Weit-Sicht schnell in die Zukunft zu fahren ist der reinste Wahnsinn. In Deutschland habe ich oft den Eindruck: Sobald man das Fern-Licht einschaltet, wird auf die Scheinwerfer geschossen.

Politik und Wirtschaft propagieren gern und stolz: Die Schnellen schlagen die Langsamen – das ist viel zu kurzatmig gedacht. Erst rastlos, dann ziellos und am Ende ratlos? Offensichtlich sind sie manchen schnelllebigen Trendforschern auf den Leim gegangen, die auf dem Deutschen Trendtag in Hamburg kleinlaut eingestehen mussten: „Vorne ist da, wo sich keiner auskennt“ oder frei nach der Devise: „Wir wissen ja auch nicht, wo wir hin wollen, aber wir werden auf jeden Fall als erste da sein!“ Realistischer ist da die Maxime des deutschen Dichters Ephraim Lessing: „Der Langsamste, der sein Ziel nicht aus den Augen verliert, geht immer noch geschwinder als der, der ohne Ziel umherirrt.“

#### **ZUKUNFTSTREND 10: DIE SINNSUCHE**

In Afrika, so erzählt man, gibt es zwei Arten von Hunger - den kleineren und den größeren. Der kleinere Hunger gilt den Dingen, die das Leben in Gang halten, also den Gütern, den Dienstleistungen und dem Geld, das wir brauchen, um alles bezahlen zu können. Der größere Hunger aber gilt den Antworten auf die Frage „Warum?“, die Erklärungen dafür geben, wozu dieses Leben gut sein soll. Diese Geschichte - von dem irischen Psychologen Charles Handy (1998, S. 22) erzählt - macht anschaulich klar, dass viele Menschen in den westlichen Konsumgesellschaften allzu lange, vielleicht auch allzu naiv daran geglaubt haben, dass der Hunger nach Geld und materiellem Wohlstand auch den größeren **Hunger nach Sinn** stillen und die Menschen zufriedener machen könnte. In Wirklichkeit stellt der Sinn-Hunger nicht einfach nur eine Erweiterung des Geld-Hungers dar, sondern ist etwas völlig anderes.

Aus kultursoziologischen Forschungen geht hervor, dass es Menschen im Mittelbereich zwischen Not und Überfluss subjektiv am besten geht. Diesen Menschen fehlt noch etwas, wofür sich Arbeit und Anstrengung lohnen. Ihr Leben hat schließlich eine Richtung: nach oben. Und die Erfahrung lehrt: Menschen, die nach oben wollen, haben eher **Mittel-Krisen** - Menschen, die oben sind, dagegen **Sinn-Krisen**. Die einen sind noch unterwegs, die anderen sind schon angekommen (vgl. Schulze 1992). Bedroht ist nicht mehr das Leben, sondern sein Sinn.

Vor über zwanzig Jahren lautete eine problematische Zukunftsprognose von mir: „Wert-Konfrontationen werden zunehmen, tatsächliche und vermeintliche Gegensätze aufeinanderprallen: Etabliert/alternativ, konservativ/progressiv, alt/jung usw.“ (Opaschowski 1983, S. 94).

Die prognostizierten Auseinandersetzungen gab es, hielten sich aber bisher in vertretbaren Grenzen. Insofern gilt auch für die nächsten Jahre: Die gesellschaftliche Entwicklung kann nicht konfliktfrei verlaufen. Wachsende soziale Spannungen und Konflikte wird es zwischen Ausländern und Einheimischen, Christen und Muslimen, Arm und Reich, Steuerzahlern und Sozialhilfeempfängern geben. Hoffnungsvoll stimmt jedoch die Tatsache, dass die Bevölkerung dem Generationenkonflikt Jung/Alt keine größere Bedeutung beimisst. Die Konfliktlage zwischen Jung und Alt verläuft weitgehend entspannt: **Der Generationenkrieg findet nicht statt.**

Wir stehen derzeit am Scheidewege: Wir haben entweder eine weitere Phase des Niedergangs vor uns oder wir machen eine Periode der Erneuerung durch. Erneuerung heißt vor allem: Gesellschaftliche **Aufwertung von Familie und Kindern** als Grundbausteine der Gesellschaft. In großem Umfang fließen Ströme an Geld, Sachmitteln und persönlichen Hilfen von den Älteren zu den Jüngeren. Die Alten sparen – für die Jungen. Über 65-jährige Eltern leisten beispielsweise siebenmal so viele Geldzahlungen (28%) an ihre erwachsenen Kinder, als sie von diesen zurückerhalten (4%).

Vom Generationenpakt auf privater Basis profitieren primär Generationen mit familialen Netzwerken. Alle anderen (insbesondere Singles und Kinderlose) müssen dagegen schauen, dass sie im Laufe ihres Lebens verlässliche nichtverwandte soziale Netze knüpfen. Näher und ferner stehende Menschen müssen ihr Leben begleiten: sogenannte **soziale Konvois** im außerfamilialen Bereich. „Gute Freunde“ reichen dazu allein aber nicht aus, weil sie meist gleichaltrig sind und ihre Zahl im Alter zurückgeht. Soziale Konvois sind nur hilfreich, wenn sie generationsübergreifend angelegt sind.

Konsum statt Kinder? Das Geld, das Kinder kosten, lieber in das eigene Vergnügen investieren? Das alles war einmal. In den achtziger und neunziger Jahren wollte die junge Generation im Alter bis zu 34 Jahren immer weniger von Heirat und Familiengründung wissen (1985: 58% - 1999: 52%). Jetzt ist jedoch nach Repräsentativumfragen des BAT Freizeitforschungsinstituts eine Trendwende feststellbar: Nicht mehr Sport, Hobby und Urlaubsreisen (44%) stehen im Zentrum des Lebens, sondern wieder mehr Kinder und Familie (56%). Die Mehrheit der jungen Leute entdeckt langsam die Werte von Beständigkeit und Verlässlichkeit wieder. Sie erkennt, dass die Sorge um die Familie und die eigenen Kinder auf Dauer mehr persönliche Lebenserfüllung gewährt, als wenn man immer nur an sich selbst denkt.

Daraus folgt für die Zukunft: Das soziale System wird sich grundlegend verändern. Der Trendfaktor Familie rückt in das Zentrum des Lebens. Und die Generationen helfen sich wieder mehr selber. Während sich die Gesetzliche Rente mehr zu einer Art Zusatzversicherung zurückentwickelt, nimmt die **Familie als verlässliche Vollversicherung** ihren Platz ein. Längsschnittuntersuchungen über mehr als vier Generationen weisen nach: Generationenbeziehungen werden wichtiger als Partnerbeziehungen. Sie weisen ein höheres Maß an Stabilität auf.

Die Zeit bis zum Jahre 2020 wird zunehmend der Sinnorientierung gehören – realisiert in der Formel: **Von der Flucht in die Sinne zur Suche nach dem Sinn.** Die Sinnorientierung wird zur wichtigsten Ressource der Zukunft und zu einer großen Herausforderung der Wirtschaft werden. Denn mit jedem neuen Konsumangebot muss zugleich die Sinnfrage „Wofür das alles?“ beantwortet werden. Zukunftsmärkte werden immer auch Sinnmärkte sein – bezogen auf Gesundheit und Natur, Kultur, Bildung und Religion. Letztlich geht es um Lebensqualität. **Wertebotschaften statt Werbebotschaften** heißt dann die Forderung der Verbraucher, die sich auch als eine Generation von Sinnsuchern versteht. Von Konsumverzicht will sie wenig wis-

sen, dafür umso mehr von der Werthaltigkeit des Konsums als Teil persönlicher Lebensqualität.

Jahrzehntelang herrschte der Eindruck vor: Für den Wohlstand sind Wirtschaft und Politik zuständig, für das Wohlbefinden Ärzte und Seelsorger. Die Anspruchshaltung der Bürger war entsprechend auf Wohlstandssteigerungen ausgerichtet – mehr Lohn, mehr Freizeit, mehr Urlaub, mehr Autos, Videos und Stereoanlagen. Doch in den letzten Jahren machten die Bürger plötzlich zwei schmerzhaft Erfahrungen:

- Das Immer-Mehr können sich immer weniger leisten.
- Die Wohlstandssteigerungen haben die Menschen um keinen Deut glücklicher gemacht.

**Wohlstand erfährt jetzt eine Bedeutungserweiterung als Wohlergehen.** Über das Materielle hinaus wird Wohlstand zu einer Frage des persönlichen Wohlbefindens im physischen, psychischen und sozialen Sinne. Es geht um das eigene Glück, das man nicht kaufen kann.

Diese neue Wohlstandsgesellschaft gleicht einer Wohlfühlgesellschaft. Für die Politik bedeutet dies: Wer heute und in Zukunft „Wohlstand für alle“ propagiert, muss sich von alten wohlfahrtsstaatlichen Versprechungen und Illusionen („Höherer Lebensstandard = Mehr Lebensqualität“) verabschieden. Gefragt sind jetzt *neue Wohlstandswerte*:

### 1. Freiheit durch Sicherheit

(z.B. sicherer Arbeitsplatz, sicheres Einkommen, sichere Rente und vor Kriminalität sicher sein).

### 2. Vertrauen durch Verlässlichkeit

(z.B. für die Zukunft vorsorgen, in Frieden leben, keine Sorgen haben, in einer toleranten Welt und in einer intakten Natur leben).

### 3. Glück durch Geborgenheit

(z.B. eine Familie, gute Freunde, nette Nachbarn haben und für andere da sein).

Die Menschen wollen wieder mit Gewissheiten leben, auf Verlässlichkeit bauen und sich gegenseitig vertrauen können. Die neuen Wohlstandswerte knüpfen an die ursprüngliche Bedeutung von **Wohlfahrt** (mhd. „wol varn“ = wohl fahren/wohl ergehen bzw. engl. „farewell“: leb wohl!) an. Und das hieß und heißt konkret: **Lebe glücklich!**

Ich komme zum Schluss und fasse zusammen: Es zeichnet sich ein grundlegender Einstellungswandel zu mehr Familienorientierung und sozialer Verantwortung ab, der sich allerdings nur langsam entwickelt und erst nach dem Jahr 2020 demografische Veränderungen oder gar einen Baby-Boom auslösen wird. Das Leben in der Gesellschaft von morgen – beginnt jetzt. Zukunft ist Herkunft. Der Wertewandel von heute bestimmt den demografischen Wandel von morgen. Die Menschen suchen wieder eine Sinnorientierung, die Halt, Beständigkeit und Wesentliches in das Leben bringt. Auch Religiosität als Lebensgefühl kehrt wieder in den Alltag zurück.

So bleibt für jeden Einzelnen eigentlich nur noch eine Zukunftsfrage offen: Wie will ich eigentlich leben? Wer persönliches Wohlbefinden (und nicht nur materiellen Wohlstand) erreichen will, sollte – neben den christlichen Geboten natürlich – die folgenden **10 Anleitungen und Gebote für ein gelingendes Leben im 21. Jahrhundert** beherzigen:

1. Bleib nicht dauernd dran; schalt doch mal ab. Entdecke die Hängematte wieder.
2. Versuche nicht, permanent deinen Lebensstandard zu verbessern oder ihn gar mit Lebensqualität zu verwechseln.
3. Mach die Familie zur Konstante deines Lebens und ermutige Kinder zu dauerhaften Bindungen.

4. Knüpf dir ein verlässliches soziales Netz, damit dich Freunde und Nachbarn als soziale Konvois ein Leben lang begleiten können.
5. Definiere deinen Lebenssinn neu: Leben ist die Lust zu schaffen.
6. Genieße nach Maß, damit du länger genießen kannst.
7. Mach nicht alle deine Träume wahr; heb dir noch unerfüllte Wünsche auf.
8. Du allein kannst es, aber du kannst es nicht allein. Hilf anderen, damit auch dir geholfen wird.
9. Tu nichts auf Kosten anderer oder zu Lasten nachwachsender Generationen. Sorge nachhaltig dafür, dass das Leben kommender Generationen lebenswert bleibt.
10. Verdien dir deine Lebensqualität – durch Arbeit oder gute Werke: Es gibt nichts Gutes; es sei denn, man tut es.

Vielen Dank!

### **Grundlagenliteratur**

- Opaschowski, H.W.:* Der Generationenpakt. Das soziale Netz der Zukunft, Darmstadt: Primus Verlag **2004** (ISBN 3-89678487-0)
- Opaschowski, H.W.:* Besser leben, schöner wohnen? Leben in der Stadt der Zukunft, Darmstadt: Primus Verlag **2005** (ISBN 3-89678-544-3).
- Opaschowski, H.W.:* Deutschland 2020. Wie wir morgen leben – Prognosen der Wissenschaft, 2. erweiterte Aufl., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften **2006** (ISBN 38100-4168-8)
- Opaschowski, H.W.:* Das Moses-Prinzip. Die 10 Gebote des 21. Jahrhunderts, Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus **2006** (ISBN 3-579-06947-0).

**Weitere Informationen unter:**

[www.opaschowski.de](http://www.opaschowski.de)