

EIKE WENZEL

Ist die Zukunft noch zu retten?

EIKE WENZEL

IST DIE ZUKUNFT NOCH ZU RETTEN?

Warum unser System in der Krise steckt –
und was sich ändern muss,
damit wir morgen besser leben

HEYNE <

Redaktion: Dr. Annalisa Viviani
Copyright © 2011 by Wilhelm Heyne Verlag, München,
in der Verlagsgruppe Random House GmbH
Herstellung: Helga Schörnig
Satz: Greiner & Reichel, Köln
eISBN 978-3-641-05936-1

www.heyne.de

Inhalt

EINLEITUNG

Vom Ist-Zustand in die Zukunft 7

KAPITEL 1

Götterdämmerung: Wie wir künftig mit Idolen,
Idealen und Autoritäten umgehen 23

KAPITEL 2

Verantwortungsmigration: Wie wir Verantwortung
und Ethik neu organisieren 49

KAPITEL 3

Erfahrungshunger: Wie wir uns auf ein neues Wir
verständigen 79

KAPITEL 4

Geschlossene Gesellschaft: Wie wir neue Beziehungs-
und Empathiekulturen schaffen 99

KAPITEL 5

Das neue Begehren der Bürger: Wie Zivilgesellschaft und soziale Bewegungen Staat und Politik verändern 129

KAPITEL 6

Wirklichkeitsverluste: Wie wir unsere Sehnsucht nach Wahrhaftigkeit und Authentizität stillen 153

KAPITEL 7

Genuss-Revolution: Wie wir der Suburbanisierung unseres Lebens entkommen 183

KAPITEL 8

Zeitkriege: Wie wir morgen leben und arbeiten werden 211

KAPITEL 9

Personal Jesus: Wie wir Glück und Seligkeit finden 241

SCHLUSS

Eine Stichwortagenda für die nächsten Jahre 269

Vom Ist-Zustand in die Zukunft

In den nächsten zehn Jahren wird die Matrix unseres Lebens neu angelegt. Gerade haben wir eine existenzielle Krise bewältigt, schon merken wir, dass wir trotzdem nicht richtig auf die Zukunft vorbereitet sind. Krisenmanagement und staatliche Beatmungsaktionen der Wirtschaft machen noch keine Zukunftsgesellschaft aus. Wie definieren wir künftig Wohlstand und Glück? Was wird aus der Mittelschicht, kommt jetzt der endgültige Absturz, oder müssen wir das alles vielleicht ganz anders sehen? Die Wirtschaft wird trotz des sich abzeichnenden Aufschwungs im 21. Jahrhundert noch einmal unberechenbarer und risikoträchtiger werden. In den vergangenen 20 Jahren haben wir Wirtschaft und Wachstum zu einem Götzen erklärt, der für unseren Wohlstand sorgte, uns glücklich macht – oder eben auch nicht. Grenzenlos wachsende Wirtschaft, neue Märkte und den digitalen Kapitalismus haben wir als quasi automatischen Masterplan für unser Leben akzeptiert – eine scheinbar sich selbst erklärende Software für Glück und Sorglosigkeit. Und wir hielten es für eine »Win-win-Situation«, dass man die Weltökonomie an der Wall Street einfach nur ihre Algorithmen rechnen lassen muss, um selbst dabei reich zu werden.

Das Ergebnis sehen wir jetzt vor uns: Unsere Gesellschaft, die Hardware für unsere Existenz, steht auf dem Spiel. Praktisch von allen Seiten wird die Architektur unseres Gesellschaftsentwurfs infrage gestellt. Egal, ob von links oder rechts, ein bisschen linksliberal oder orthodox-wirtschaftsliberal, ob vom Gewerkschaftsfunktionär oder vom Arbeitgeberpräsidenten – aus allen Himmelsrichtungen hören wir die Signale: »So kann es nicht weitergehen!« Ein erzkonservatives Blatt wie der *Rheinische Merkur* ruft zum Sturm auf die Etablierten auf. Im Wirtschaftsteil beginnt das Blatt den Barrikadenkampf. Bayreuth, Wagner – das ist doch nur noch dekadent: »In Bayreuth vergnügt sich eine privilegierte Elite auf Kosten der Allgemeinheit.« So der O-Ton vom 5. August 2010.

Das 20. Jahrhundert war eine Ära der hemmungslosen Anhäufung von Waren und Wohlstand – auf Kosten der Zukunft. An die Wand genagelt von einem implodierenden Finanzsystem, der strukturellen Erschöpfung der Konsumsphäre, konfrontiert mit der Endlichkeit der Ressourcen und den Umgestaltungsanforderungen einer alternden Bevölkerung, verlieren wir unsere Zukunft immer mehr aus dem Blick. Uns wird mit einem Mal bewusst, dass wir keinen Masterplan für morgen und übermorgen haben. Zukunft wird gerade deswegen auf fast jeder Konferenz beschworen, weil sie uns endgültig verloren zu gehen droht. Gibt es überhaupt einen Masterplan für die Zukunft? Nein. Hätten wir den, bräuchten wir uns nicht zu bemühen, und wir könnten die Hände in den Schoß legen.

Dafür bleibt uns jetzt aber keine Zeit. Wir erkennen, dass unsere Gesellschaft von innen zu kollabieren droht. Unser Vertrauen in die Märkte hat uns davon abgehalten, die Fundamente der Gesellschaft in Schuss zu halten. Was wollen wir wirklich, wo wollen wir in den nächsten Jahren hin?

Im Juli 2010, unmittelbar nach den Rücktritten von Horst

Köhler und Roland Koch, und nachdem die ersten Wellen der Empörung um die Missbrauchsfälle in Kirche und Odenwaldschule abgeebbt waren, waren in den Zeitungen folgende Schlagzeilen und Nachrichten zu lesen: »Wider den Wachstumswahn. Maß und Mitte sind wertvoller als steigendes BIP«, schreibt der *Rheinische Merkur*. In der *Süddeutschen Zeitung* wird von »Lobby-Watching« berichtet. Gegen die Macht der Lobby-Organisationen kämpfen Non-Governmental Organizations (NGOS) mittlerweile mit modernen Mitteln. www.lobbycontrol.de organisiert Führungen durch Berlin zu einzelnen Lobbyorganisationen und erklärt »kritischen Berlin-Besuchern«, welche Funktionen die jeweilige Organisation zwischen Politik und Wirtschaft ausübt. In den USA werden investigative Projekte www.prwatch.org oder www.lobbywatch.org immer einflussreicher, die den Schulterschluss zwischen PR, Politik und Industrie ans Licht der digitalen Öffentlichkeit zerren möchten. Wikileaks fordert seit Dezember 2011 die Mächtigen aus Politik und Wirtschaft heraus. Bei Info-Hackern wie Wikileaks ist einstweilen nicht zu beantworten, ob sie einer anarchischen und nihilistischen Idee der Unterwanderung von Machtkomplexen folgen und Destabilisierung zum Ziel haben, oder den Beginn einer radikaldemokratischen Öffentlichkeit markieren.

Zu lange haben wir uns an dem Gefühl berauscht, dass wir alles im Griff haben. Doch der Fortschritt fällt uns heute immer häufiger vor die Füße und führt zu bizarren Erscheinungen. Nachzulesen in der *Neuen Zürcher Zeitung* im Sommer 2010. Thema: Nur noch jedes zehnte Rindvieh in der Schweiz hat Hörner. Experten waren bis vor kurzem noch überzeugt, davon, dass Hörner die Verletzungsgefahr der Tiere unnötig erhöhen. Diese lässt sich zwar noch nicht wegzüchten, aber man fand eine innovative Lösung: Die Hörner wurden schmerz-

haft ausgebrannt. Leider bewirkte diese Maßnahme genau das Gegenteil von dem, was man sich davon versprochen hatte. Ohne natürliche Hörner auf den Köpfen (nur noch 10 Prozent der insgesamt 700 000 Schweizer Rinder tragen Hörner) brach Chaos in den Ställen aus. Die alpenländische Initiative »Horn auf!« empfahl deshalb, zu den alten Gepflogenheiten zurückzukehren und die Hörner in naturbelassener Schönheit wachsen zu lassen. Hörner als Kampfwerkzeug und Gegenstand von Imponiergehabe sorgen nämlich für klare Hierarchien im Kuhstall, was am Ende des Tages für mehr Ruhe und Ordnung im Stall sorgt und die Milchleistung steigert.

Fortschritt ist ein schwieriges Geschäft. Wir – und nicht nur die Schweizer Viehzüchter – haben in den zurückliegenden Monaten lernen müssen, dass das Menschenmögliche nicht immer das Beste sein muss. Ich möchte Sie, liebe Leserinnen und Leser, hier nicht mit einem Klagegesang belästigen, »zurück zu ...« ist in der gegenwärtigen Lage keine Alternative. Wofür ich in diesem Buch eintrete, ist eine kritische Bestandsanalyse der vergangenen 20 bis 30 Jahre. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage: Was ist passiert, dass Politiker und Populisten, Wirtschaftslenker und Theaterintendanten, Börsenmakler und Fußballtrainer, Hochschulprofessoren und der Mann von der Straße davon sprechen, dass »etwas zu Ende geht«, dass »es so nicht mehr weitergeht«, dass wir »neu anfangen müssen« und so weiter? Natürlich hat das alles mit unserer Wirtschaft und der Finanzkrise zu tun, aber vor allem damit, dass wir vor Jahrzehnten die gesellschaftlichen Voraussetzungen dafür geschaffen haben, dass sich Börsen und Märkte zum »Autopiloten unseres Denkens« aufschwingen und den Laden gegen die Wand fahren konnten.

Nehmen wir zum Beispiel Irland. Die grüne Insel ist ein besonders schockierendes Beispiel, wie man mit dem global-

ökonomischen Autopiloten einen Staat und eine Gesellschaft an den Abgrund bringen kann. Amerikanische Unternehmen investierten aufgrund niedriger Unternehmenssteuern fleißig in Irland. Das Bruttosozialprodukt stieg zu Beginn des neuen Jahrhunderts mit schwindelerregender Dynamik an, da die erzielten Gewinne nicht in Irland blieben, sondern nach Amerika und zu den anderen Global Playern zurückwanderten. Im Jahr 2009 schrumpfte schließlich das Bruttosozialprodukt in Irland um 10,7 Prozent. Die Arbeitslosigkeit stieg im Juli 2010 auf 13,7 Prozent, den höchsten Wert seit 1994. Exporte nach Großbritannien und in die USA halten das Land vorläufig über Wasser. Doch Irlands Defizit beläuft sich mittlerweile auf gigantische 12 Prozent. Die großen Computerfirmen ebenso wie internationale Banken (darunter viele deutsche Geldinstitute) benutzten Irland als strategisches Stundenhotel und wanderten weiter. Die bereits verstaatlichte Anglo Irish Bank kann auf 25 Milliarden Staatsgelder hoffen, was 80 Prozent der irischen Staatseinkünfte in diesem Jahr entspricht. Der Staat stolpert von einer Fundamentalkrise in die nächste und spart sich zu Tode, um die Banken zu retten. Was der kurze Frühling der Globalisierung auf der grünen Insel hinterließ, ist eine der absurdesten Immobilienblasen überhaupt. In Irland stehen 300 000 Wohneinheiten leer, wie die *Neue Zürcher Zeitung* errechnet hat. Die Wiederverwandlung der irischen Bauruinen in Weideland, so die Empfehlung von unabhängigen Experten, könnte zu einer schnelleren Markterholung beitragen.

Jetzt stellen wir fest, dass wir uns mit dieser »Harry-Potter-Zauberökonomie« (Peter Sloterdijk) selbst hereingelegt haben. Das Wirtschaftssystem hat sich ab einem bestimmten Moment seine eigenen Gesetze gegeben. Und wir haben die Götzen des neuen Marktes brav weiter angebetet. In dieser gesamten Phase, beginnend etwa Mitte der 1990er Jahre bis zum großen

Crash 2008, haben wir vergessen, was uns wirklich wichtig ist. Jetzt ist der Katzenjammer groß, denn wir merken, dass es den ökonomischen Systemen ziemlich gleichgültig ist, was mit uns und unserer Gesellschaft passiert. Um aus dieser fatalen Lage herauszukommen, müssen wir die Autopiloten des Marktes ausschalten und wieder selbst mit dem Denken anfangen. Es wird Zeit, dass wir uns daran erinnern, was Aufklärung bedeutet: »Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Selbstverschuldet ist diese Unmündigkeit, wenn die Ursache derselben nicht am Mangel des Verstandes, sondern der EntschlieÙung und des Mutes liegt, sich seiner ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Sapere aude! Habe Mut, dich deines eigenen Verstandes zu bedienen! ist also der Wahlspruch der Aufklärung«, sagt Immanuel Kant. Wir müssen uns wieder trauen, uns unseres eigenen Verstandes zu bedienen. Denn solange wir selbst nicht genau sagen können, wie wir morgen leben wollen und was uns wirklich wichtig ist, werden wir immer wieder auf die Zaubersprüche der Analysten und Konjunkturgesundbeter hereinfallen.

Es wird Zeit, dass wir uns darüber klarwerden, wie unsere Gesellschaft im 21. Jahrhundert auszusehen hat. Zukunft passiert *jetzt*. Der Absturz der Weltwirtschaft, Bürgerbewegungen in vielen Ländern des reichen Westens, existenzielle Probleme wie der Klimawandel und die Neukonfiguration des Energiemarktes schaffen eine Situation, in der vernünftiges und Kühnes Handel auf der Tagesordnung stehen muss. Als die Bürger dieses Landes müssen wir wieder die Herren des Prozesses werden und definieren, was wir von der Wirtschaft verlangen, wie sich Institutionen verändern sollen und wie unsere Gesellschaft in der Zukunft aussehen soll. Wir müssen die Regeln des Spiels neu aufstellen und überhaupt erst wieder definieren ler-

nen. Wir müssen uns klar darüber werden, wer *wir* in der Zukunft sein wollen, was wir brauchen, was uns weiterbringt und wie wir ein besseres Leben schaffen können.

Das 21. Jahrhundert hat mit gewaltigen Herausforderungen begonnen. Eine der zentralen Aufgaben wird sein, neue Verbindungen zwischen Sphären zu knüpfen, die in den vergangenen zwei Jahrzehnten auseinandergerissen worden sind. Die Analysen in diesem Buch laufen deshalb immer auf einen Fluchtpunkt zu: Wie werden wir morgen leben? Dabei werden Daten und Fakten aus Wirtschaft und Politik berücksichtigt, aber auch die Auseinandersetzung mit der zeitgenössischen Literatur, unserer Fernsehkultur und der Philosophie wird einbezogen. Es soll dadurch ein möglichst breites Spektrum abgedeckt werden, um den Sehnsüchten und Wünschen, Ängsten, Befürchtungen und Bedrängnissen der Menschen auf die Spur zu kommen. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass sich in der unübersichtlichen Welt des 21. Jahrhunderts nur in komplexen Zusammenhängen neue Wege aufzeigen lassen. Eine Fortschrittsparole der Trendforscher in den 1990er Jahren kreiste um den aus der Systemtheorie entwendeten Begriff der Komplexitätsreduktion. Eine Maxime der nächsten Jahre wird lauten: Man solle so viele Kontexte wie möglich zur Kenntnis nehmen, um ein Problem sichtbar zu machen. Bekanntlich kann die Menschheit es sich nicht mehr leisten, die Wirtschaft als autistisches System vor sich hin brüten zu lassen. Ressourcennutzung darf nicht mehr nur vor dem Hintergrund möglichst niedriger Preise behandelt werden. Konsum muss im direkten Zusammenhang mit seinen Auswirkungen für Umwelt und Gesundheit betrachtet werden.

Ein Blick zurück auf die 1990er und 2000er Jahre: Die 1990er Jahre waren eine Dekade der Verheißungen und Pseudo-Durchbrüche. Sie waren eine Epoche voller technologischer

Versprechungen, die allerdings nur zu einem Bruchteil erfüllt wurden. Spaßgesellschaft, Themenparks, Privatfernsehen prägten eine Erlebnisökonomie, die nur die Devise »schneller, schriller, lauter« kannte, am Ende des Jahrzehnts in der Medienkrise aber dramatisch implodierte. Die 1990er Jahre waren die Phase, in der sich die Optimismus-Industrie aufstellte und ihren ideologischen Feldzug des *think positive!* startete. An den Börsen schien nur der Himmel die Grenze: Medien, Biotechnologie, Telekommunikation – das Informationszeitalter und die Ära der cleanen Werte und Technologie versprach Reichtum für alle. Die Algorithmen der Börse schienen eine neue Zeitrechnung vorzubereiten. Doch zu Beginn des neuen Jahrhunderts – 2000, 2001, 2002 – brachen erst einmal die Märkte ein. Der 11. September tat ein Übriges, der Riese Amerika begann zu wanken, die neuen Giganten China, Russland, Indien bereiteten erst langsam ihren Auftritt vor.

Die 2000er Jahre werden dagegen als das vergeudete Jahrzehnt in die Geschichtsbücher eingehen, weil man an der alten Wirtschaft und den alten Wertschöpfungsmodellen krampfhaft festzuhalten versuchte. In den »Naughties« (dem unnützen Jahrzehnt), wie die Amerikaner schließlich das erste Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts taufte, haben wir viele Chancen verpasst: Weder setzte die Pharmaindustrie zu den angekündigten Innovationssprüngen an, noch bekamen wir das e-Auto, noch revolutionierte die Nanotechnologie unseren Alltag. Das einzige Ausrufezeichen setzte Apple mit iPod (gestartet kurz nach 9/11) und iPhone. Der heimliche Sieger der Dekade war jedoch Nokia, ein auf Massenausstoß spezialisiertes Telekommunikationsunternehmen, das weltweit fast jedes zweite Handy verkauft. Keine technologischen Durchbrüche, keine neuen Wertschöpfungsmodelle, keine neue Wirtschaft, kein 21. Jahrhundert.

Bei der Analyse bin ich auf einige Grundmotive gestoßen, die für unser Verhalten in Gesellschaft und Wirtschaft in den vergangenen 20 Jahren besonders kennzeichnend waren. Seit den 1990er Jahren wurde beispielsweise das Marketing immer wichtiger. Die Lehre vom richtigen Verkaufen sprang aus dem Business in andere gesellschaftliche Sphären über: in die Politik, den Sport und die Medien. Mit dem Siegeszug des Computers und der Digitalisierung der Arbeitswelt keimte die Hoffnung eines dauerhaften Aufschwungs. Mit dem Ende des Kalten Kriegs und der Ideologien gab es plötzlich kein Links und kein Rechts mehr. Damit einher ging die Täuschung, dass wir am Vorabend einer Gesellschaft stehen, in der es keine Klassen, kein Oben und Unten mehr gibt. Die Mittelschichten der westlichen Welt waren noch nie so einflussreich wie in dieser Phase. Sie begannen, über die Wirklichkeit zu herrschen, und definierten, was gut ist und was nicht. Doch im Zuge dieses ungekannten Wohlstands- und Wellnessschubs haben wir mit dem zerstörerischen Werk der Entkopplung von gesellschaftlichen Sphären begonnen: Die Wirtschaft entkoppelte sich von der Gesellschaft, die Politik von den Wählern, die Finanzwirtschaft von der Realwirtschaft, die Menschen entfernten sich von der Gemeinschaft, die Nachricht koppelte sich ab von der Realität, das Produkt von den Qualitätsversprechen, der Glaube fiel von der Kirche ab und so weiter, die Aufzählung ließe sich beliebig fortführen.

Von hier aus beginnt die Reise in das kollektiv Unbewusste unserer Gesellschaft. Auslösendes Moment ist die Feststellung, dass wir gerade zu Zeugen einer dramatischen Implosion von gesellschaftlichen Autoritäten und Institutionen werden. Im Frühjahr/Sommer 2010 verlassen innerhalb weniger Tage mehrere Spitzenpolitiker fluchtartig ihre Ämter. Wenige Wochen davor wurden die Missbrauchsfälle in den Kirchen be-

kannt, immer neue Hiobsbotschaften verbreiteten sich wie ein Lauffeuer, Tausende von Kirchenaustritten waren die Folge. Ebenfalls in diesen Zeitraum fiel der Missbrauchsskandal an der Odenwaldschule: ein hoch angesehenes Eliteinternat entpuppte sich als Ort der Bedrängung und des sexuellen Übergriffs – und das alles seit Jahrzehnten und unter dem Deckmantel einer neuen, weltoffenen Reformpädagogik.

In Kapitel 1 wird deshalb die Frage gestellt, wie wir künftig mit Idolen, Idealen und Autoritäten umgehen sollten. Was läuft falsch in den Institutionen der Gegenwart, und wie müssen neue Institutionen aussehen, die nicht nur verwalten, sondern Veränderung gestalten? Kapitel 2 verfolgt diesen Strang weiter und geht der Frage nach, wie wir Verantwortung in einer Situation neu organisieren können, in der die Moral aus den Institutionen und dem politischen System zu emigrieren beginnt. Wie soll Verantwortung und Moral künftig auf neue Weise in der Gesellschaft verankert werden? Wichtig ist hierbei, dass es bei den Menschen (aber auch bei den wach gewordenen Unternehmen) eine starke Sehnsucht gibt, Verantwortung zu übernehmen und für einen neuen ethischen Konsens in Staat und Wirtschaft einzutreten. Der neoliberale Zeitgeist der 1990er und 2000er Jahre hat dazu geführt, dass wir einen Sozialstaat aufgebläht haben, der Menschen verwaltet und zur Passivität verpflichtet hat. Zugleich haben wir eine transnationale Wirtschaftsordnung etabliert, die Eigeninitiative und Entrepreneurship ausschließt.

Kapitel 3 dringt noch tiefer in die Sehnsuchtswelten der Menschen ein. Was viele momentan umtreibt, ist die Sehnsucht nach einem neuen großen WIR, nach Identität und aufgehobensein in einem Kollektiv. Während uns der Wellness-Hype der vergangenen Jahre unkomplizierte Selbstfindung in der Sauna vorgaukelte, richten sich die Wünsche der Men-

schen heute auf neue Erfahrungswelten, die sie mit anderen teilen können. Aber auch hier gibt es große Erwartungen (beispielsweise gegenüber Facebook), die nicht immer halten, was sie versprechen. Wichtig ist aber, den Trend greifbar zu machen: Wenn wir in den nächsten Jahren über Identität und Erfahrung reden, dann hat das nichts mehr mit dem Ego-Trip im Edel-Spa zu tun, sondern mit der Sehnsucht, ein neues Wir leben zu können. Dass es dabei ausgerechnet auf dem Feld der Politik und des Bürgerengagements zu einem Durchbruch kommen würde, war für mich zu Beginn der Arbeit an diesem Buch noch nicht absehbar. Spätestens seit Stuttgart 21 kann man von einer neuen Bürgerbewegung sprechen, die sich daran gemacht hat, deutlich »Wir« zu sagen. *Sapere aude*, ein Land hat den Mut, sich der Vernunft zu bedienen. Gut situierte Bürger ketten sich an Bahngleise und protestieren gegen Atomenergie. Studienräte im Manufactum-Look lassen den Literaturzirkel einmal ausfallen, und Agenturchefs verschieben die Business-Meetings, um sich für den Erhalt von uralten Bäumen einzusetzen.

Kapitel 4 untersucht, wie die Sehnsucht nach Teilhabe an dem Schicksal unserer Welt zu wachsen beginnt. Politik verlagert sich wieder auf die Straße, kommt auf neue Weise ins Fernsehen und unterstreicht nebenbei, dass Veränderung vorerst nicht in den Social Media, sondern in der Wirklichkeit stattfindet.

Kapitel 5 beschäftigt sich direkt mit der Medienlandschaft in unserem Land. Wenn wir die Weichen für die Zukunft jetzt stellen wollen, müssen wir uns Klarheit über den Status der Medien in der Gesellschaft verschaffen. Die Diagnose indes ist eher ernüchternd: Wir stehen vor den Trümmern eines dualen Fernsehsystems. Das Privatfernsehen hat sich längst von der Tugend, Realität zu erklären, verabschiedet und versinkt

in Schund und Niveaulosigkeit. Zugleich haben sich die öffentlich-rechtlichen Sender in einen selbst auferlegten Konkurrenzkampf mit den privaten begeben, der zuerst zur Selbstkommerzialisierung und dann zur Selbstvergeißung geführt hat. Auch angesichts der Herausforderung der klassischen Medien durch Digitalisierung und Social Media wirken die großen Verlage und Sender eher verzagt. Dabei ist jetzt schon klar, dass sie die neue Konkurrenz nicht fürchten müssen und wieder einmal die Kulturrevolution nicht eintritt. Denn was – trotz Facebook & Co. – an neuen Erscheinungen in unserer Medienwelt feststellbar ist: Wir lesen und schreiben mehr als jemals zuvor.

Kapitel 6 beschäftigt sich mit der Sehnsucht der Menschen nach ursprünglichen, authentischen Lebensformen. Doch mit dieser Sehnsucht wird zukünftig nicht ein reaktionärer Wunsch nach der alten Zeit verbunden. Ganz im Gegenteil. Viele Bewegungen, die sich für eine neue Ernährungs- und Genussskultur einsetzen, fordern neue Wertschöpfungsmodelle. Kurzum, die Suburbanisierung unseres Lebensstils, bestehend aus Shoppingmall, Autokultur, Massenmarketing und freistehendem Einfamilienhaus, hat ein Ende. Und dort, wo im 20. Jahrhundert Trennungen vorgenommen wurden (zwischen Lebenswelt und Einkaufswelt, zwischen Konsum und Kommunikation), sehnen sich die Menschen heute nach neuen Bindungen.

In Kapitel 7 wird der Gedanke einer neuen Kultur der Bindungen und des Miteinanders noch einen Schritt weiter verfolgt. Wenn wir in einer Gesellschaft leben, die selbst von Bundeskanzlerin und Bundespräsident als fragmentarisiert und zerrissen bezeichnet wird, dann brauchen wir neue starke Bindungen, um Zukunft wieder möglich zu machen. Dazu gehört an zentraler Stelle, dass das Rückgrat der Wohlstandsgesell-

schaften, die Mittelschicht, einen Mentalitätswandel vollzieht. Die »Scary Rich« werden sich überall auf dem Globus nicht nur in Absturzängsten ergehen können, sondern die anderen mit ins Boot lassen müssen. Denn um einen gesellschaftlichen Wandel einzuleiten, der zu mehr Aufwärtsmobilität zwischen den Schichten führt, darf sich die Mittelschicht nicht weiter mit sich selbst und der Verteidigung ihres Wohlstandskonzeptes beschäftigen, das zudem noch aus dem 20. Jahrhundert stammt.

Die Immobilität der globalen Mittelschichten spielt auch in Kapitel 8 eine wichtige Rolle. Wenn wir eine neue Beziehungs- und Familienwelt schaffen wollen, müssen wir neu über Lebenszeit und Arbeitszeit nachdenken. Wenn wir eine neue Vereinbarung von Mama und Papa zwischen Wiege und Schreibtisch schaffen wollen, dann müssen wir unter anderem über die veralteten Karriererituale der Mittelschichtsmänner reden und über die Ängste der Unternehmen, angesichts einer neuen Zeitkultur die Kontrolle über die Mitarbeiter zu verlieren. Die Reform von Ursula von der Leyen ist ein Anfang, aber die wirkliche Herkulesaufgabe besteht in einem Mentalitätswandel, der mit unseren Lebenszeitmodellen (Lebenszeit, Arbeitszeit, Erziehungszeit, Gefühlszeit) vielleicht endlich auch die Arbeitswelt auf den Kopf stellen würde.

Kapitel 9 stellt die Sinnfrage: Wie kommen wir im 21. Jahrhundert zu Zufriedenheit, Seligkeit oder gar Glück? Hier rückt nochmals der Bedeutungsverlust einer einst machtvollen Institution wie der Kirche ins Zentrum: Während wir Religion und Glaube immer mehr aus unserer Welt hinausdrängen, haben wir uns in den 2000er Jahren zu leichtgläubigen Kunden der Ersatzreligion *think positive!* gemacht. Beides, sowohl die Entchristlichung unseres Lebensstils als auch der Kult um »Positive Psychologie« und die Milliarden-Euro-Optimismus-Indus-

trie, führen dazu, dass unser persönlicher Gott für das Glück zuständig ist. Welche Konsequenzen das hat, werden wir erst in den nächsten Jahren sehen.

Wer von Menschen und Märkten permanente Wandlungsbereitschaft verlangt, muss sich auch selbst verändern können. Der Mainstream der Trendforschung hierzulande tut das nicht. Seit Jahrzehnten hat sie sich der unablässigen Proklamation des Wandels und der Marktgläubigkeit verschrieben und ist zu einem Ableger der Optimismus-Industrie geworden. Trendforschung hat sich in Deutschland zu lange um Personen mit dem berühmten »Händchen für Trends« gruppiert, die sich auf ihre Intuition berufen und den Fragen nach Modellen und Methoden eloquent zu entziehen vermochten. Den Rest erledigt die Konjunktur, die doch immer wieder anspringt, sodass der häufig von unergründlichen Bauchgefühlen getriebene Trendforscher wieder verkünden kann, dass alles gar nicht so schlimm ist. In diesem Buch möchte ich keine schnellen Antworten geben und Strategiepläne aus der Hüfte schießen, die in den bunten Powerpoint-Präsentationen immer so einleuchtend aussehen. Dieses Buch markiert einen Abschied von der Trendforschung, wie sie sich in den vergangenen 20 Jahren in Deutschland dargeboten hat. Mit der Gründung des Instituts für Trend- und Zukunftsforschung (www.zukunftpassiert.de) werden sich auch andere Partner und Forschungswege ergeben. Trendforschung muss nach meinem Dafürhalten in enger Partnerschaft mit universitärer und internationaler Forschung stattfinden.

Intuitive Trendforschung hat jahrzehntelang mit einer Zukunftserwartung kokettiert, die sich in futuristischen Bildern von rückwärtsfliegenden Autos, programmierbaren Haushaltsrobotern und rund um die Uhr arbeitswilligen Menschen ausdrückte. Das Repertoire der bauchgesteuerten Trendforscher

war indes begrenzt und eher bescheiden. Meistens reichte es gerade dafür aus, eine flippige Marketingberatung zu machen. Intuitive Trendforschung wurde so zur Entertainmentabteilung des Neuen Marktes und der New Economy. Marketingorientierte Trendforschung ist die Rechtfertigungsbelletristik für die Wachstumsfetischisten und Blasen-Ökonomen. Der Zeithorizont, der in diesem Buch zugrunde gelegt wird, ist für eine Trendanalyse ebenfalls neu. Ich möchte Ihnen keine blumigen, futuristischen Szenarien, wie die Welt im Jahr 2050 aussehen wird, ausmalen. Mir geht es darum, die vergangenen 20 Jahre Revue passieren zu lassen und auf der Grundlage dieser Einsichten die kommenden zehn Jahre begreifbar und planbar zu machen.

Deutschland ist in der Weltwirtschaftskrise mit einem blauen Auge davongekommen. Wir können uns auf einen fleißigen Mittelstand verlassen, auf funktionierende Industrien und Spitzenkompetenz in vielen Zukunftstechnologien. In einer internationalen Umfrage von AlixPartners äußerten 70 Prozent der Deutschen, dass sich die eigene finanzielle Situation durch die Finanzkrise nicht negativ verändert hat. In Frankreich stimmen dem nur 57 Prozent zu, in Großbritannien gerade einmal 48 Prozent. Die Rezession ist hierzulande nicht angekommen, obwohl der viel bejubelte Aufschwung nach wie vor ein geliehener Aufschwung durch Konjunkturspritzen ist.

Trends zu verstehen, heißt ab sofort, die Realität in den Blick zu nehmen und Zukunft planbar zu machen. Trends sind gesellschaftliche Veränderungsprozesse, die Wirtschaft und Gesellschaft, Arbeit und Alltag, Branchen und persönlichen Befindlichkeiten betreffen. Sie sind das Gegenteil von vorübergehenden Moden, aufgeregten Hypes und anderen Zeitgeisterscheinungen. In diesem Buch werden die Veränderungen der nächsten Jahre auf dem Gebiet der Gesellschaft, der Politik

und der Institutionen analysiert und die Konsequenzen für unser Leben in der Zukunft beschrieben.

Das vorliegende Buch ist keine Abrechnung mit dem Neoliberalismus. Es ist vielmehr eine Bestandsaufnahme der vergangenen 20 Jahre; dabei spielen der neoliberale Zeitgeist und seine Alliierten (Optimismus-Industrie und Mediensystem) eine prominente Rolle. Statt »ismen« zu denunzieren, sollen hier sozioökonomische und soziokulturelle Grundlagen eines Wertesystems sichtbar gemacht werden, aufgrund dessen sich der Neoliberalismus entfalten konnte. Aufklärung ist wichtiger als Entlarvung, Verstehen wichtiger als Verleumdung. Trendforschung muss gerade in der momentanen Lage Kritik am Bestehenden sein und Instrumente entwickeln, die es Gesellschaft und Wirtschaft ermöglichen, aus dem Ist-Zustand zu lernen und Perspektiven für die kommenden Jahre zu entwickeln. Trendforschung hat die Aufgabe, Kritik zu üben, um gesellschaftlichen Fortschritt zu ermöglichen (und nicht, um noch mehr bodenlosen Optimismus in willfährige Märkte zu pumpen). Nach einer Definition von Lepsius ist ein nützlicher Intellektueller derjenige, der »unter Berufung auf allgemein anerkannte Grundwerte öffentliche Kritik übt«. Dem ist nichts hinzuzufügen.

Heidelberg, im Januar 2011

Dr. Eike Wenzel

Götterdämmerung: Wie wir künftig mit Idolen, Idealen und Autoritäten umgehen

Hurra, *Der Spiegel* hat den neuen Deutschen entdeckt! Und zwar mittels einer Umfrage, die er im Spätsommer 2010 von TNS Infratest hat durchführen lassen: »Der ideale Deutsche, von Deutschen gesehen, ist leichtfüßig wie Mesut Özil, fehlbar wie Margot Käßmann, pragmatisch wie Angela Merkel, unprätentiös wie Günther Jauch, konsequent wie Jogi Löw, unbeschwert wie Lena Meyer-Landrut, abgeklärt wie Helmut Schmidt.« Die ganze westliche Welt sucht seit Jahren »den Superstar«. Je weniger in unserer Welt selbstverständlich ist, umso mehr sehnen wir uns nach Idolen und auch nach Autoritäten, möchten aber am liebsten solche haben, wie sie uns das Kommerzfernsehen allabendlich auswirft: Laut Umfrage hätten die Deutschen lieber Günther Jauch als Christian Wulff im Schloss Bellevue gesehen, denn für 84 Prozent der Bevölkerung eignet sich Jauch am ehesten als Vorbild. Die Macht der Medien, speziell des Fernsehens, wenn es darum geht, Idole und leicht verdauliche Autoritäten zu verfertigen, ist eben ungebrochen. Der smarte Günther Jauch selbst weiß, welche selektive Wahrnehmung solchen Einschätzungen zugrunde liegt und wiegelt ab: »Es ist natürlich völliger Unsinn, wenn ich bei

EIKE WENZEL



Eike Wenzel

Ist die Zukunft noch zu retten?

Warum unser System in der Krise steckt - und was sich ändern muss, damit wir morgen besser leben

eBook

ISBN: 978-3-641-05936-1

Heyne

Erscheinungstermin: März 2011

Das Endspiel um die Zukunft beginnt jetzt

Alle sprechen von der Krise. Der Zukunftsforscher Eike Wenzel richtet den Blick nach vorne: Er zeigt, welche einmalige Chance diese Krisenzeit birgt, die Rahmenbedingungen unseres Zusammenlebens zu verbessern. Klarsichtig und schonungslos analysiert er die Risse und Problemfelder unserer Gesellschaft und leitet daraus überraschend optimistische Aussichten und Wege für die Zukunft ab.

Wir befinden uns inmitten einer gesellschaftlichen Umbruchphase: Kirchen, Vereine, Gewerkschaften und politische Parteien verlieren dramatisch an Mitgliedern. Zugleich zeigen die bundesweiten Protestwellen gegen Projekte der Politik – sei es die Schulreform in Hamburg oder Stuttgart 21 –, dass die politischen Institutionen den Bedürfnissen der Bürger nicht mehr gerecht werden. Wie können wir alle in Zukunft mehr Einfluss nehmen? Solchen Fragen geht Eike Wenzel nach, indem er den wahren Bedürfnissen und Sehnsüchten der Menschen nachspürt und zeigt, an welchen Stellschrauben wir drehen müssen, um unsere Zukunft besser zu gestalten. Denn diese Krise ist unsere große Chance: Wegweisend zeigt dieses Buch, wie wir das Projekt Zukunft jetzt anpacken können.